



Ángel Piñeros - Gandhi Godoy - Santiago Loaiza

ECUADOR  
2002 - 2013

# Campañas Presidenciales

recopilación de piezas publicitarias  
impresas y multimedia



Cierre de campaña Álvaro Noboa 2013  
Foto: Luis Astudillo /Agencia de Noticias Andes



ECUADOR  
2002 - 2013

# Campañas Presidenciales

recopilación de piezas publicitarias  
impresas y multimedia

Angel Piñeros - Gandhi Godoy - Santiago Loaiza



### Título Original:

Elecciones presidenciales  
Ecuador 2002 -2013.  
Recopilación de piezas impresas  
y multimedia

### Editorial:

Universidad Técnica del Norte  
Ibarra - Ecuador

### Autores:

Angel Giovanni Piñeiros,  
Licenciado de la Universidad Técnica del  
Norte - agpiñeiros@utn.edu.ec

Msc. Gandhi Godoy  
Docente Universidad Técnica del Norte -  
glgodoy@utn.edu.ec

Msc. Santiago Loaiza  
Docente Universidad Técnica del Norte -  
sdloaiza@utn.edu.ec

### Diseño y Diagramación:

Angel Giovanni Piñeiros

### Número de edición:

Primera

Está permitida la reproducción  
(electrónica, química, mecánica,  
óptica, de grabación o de fotocopia,  
distribución, comunicación pública,  
solo con fines académicos no  
lucrativos, todo este con previa  
autorización de la Editorial y la  
Universidad Técnica del Norte.

# contenido

|   |            |
|---|------------|
| <b>Prólogo</b>  | <b>9</b>   |
| Msc. Santiago Loaiza<br>Docente de la Universidad Técnica del Norte               |            |
| <b>El spot electoral</b>  | <b>15</b>  |
| <b>El afiche electoral</b>  | <b>22</b>  |
| Elecciones <b>Ecuador 2002</b>  | <b>25</b>  |
| Elecciones <b>Ecuador 2006</b>  | <b>59</b>  |
| Elecciones <b>Ecuador 2009</b>  | <b>117</b> |
| Elecciones <b>Ecuador 2013</b>  | <b>153</b> |
| <b>Identidad visual de los partidos y<br/>movimientos políticos<br/>2002-2013</b> | <b>207</b> |
| Apuntes finales   | <b>213</b> |
| Bibliografía  | <b>215</b> |

2019

# Prólogo

Hasta hace 12 años aproximadamente, la historia del Ecuador recordaba y citaba a varias figuras políticas que han ostentado el poder ejecutivo en más de tres ocasiones, entre ellos, a Gabriel García Moreno, Eloy Alfaro, Alfredo Baquerizo Moreno y José María Velasco Ibarra. Sin embargo, en esta nueva era conocida como el retorno de la democracia, luego de 8 años de dictadura militar que dejó atrás el Triunvirato militar a cargo del Consejo Supremo de Gobierno presidido por el Almirante Alfredo Poveda Burbano posterior a la renuncia del General Guillermo Rodríguez Lara, el Ecuador se encaminó hacia una nueva organización de los procesos políticos con la conformación de sistemas de partidos organizados por la sociedad civil en los que son elegidos por votación popular, consagrados en la constitución de 1979.

A partir ese año, en el país se celebraron elecciones presidenciales cuya victoria fue para el Doctor Jaime Roldós Aguilera. Posteriormente, se realizaron 11 procesos electorales. A pesar de lo cual han liderado el país 14 presidentes hasta la última elección del 2017.

Luego de varias crisis políticas y económicas que derivaron en la destitución de gobiernos como Abdalá Bucaram Ortiz en 1996, Jamil Mahuad en el año 2000 y Lucio Gutiérrez en el 2005, en la sociedad ecuatoriana se generó una apatía y rechazo colectivo a las figuras políticas que poco hacían y representaban los deseos populares, evidenciado en multitudinarias movilizaciones sociales. En este marco, surge la figura más influyente de la última década de la política nacional. Rafael Correa Delgado con 44 años asume la presidencia de la República representando al movimiento político Alianza País con el 56.7% de preferencia electoral. Correa gobernó por 10 años, pues ha sido el mandatario que más tiempo ostentó el poder ejecutivo seguido por Ignacio de Veintimilla quien lideró el país por 7 años.

A partir de ese momento se crea una nueva forma de hacer proselitismo político sobre la base de estrategias de marketing, publicidad y propaganda diseñadas y ejecutadas por el equipo de comunicación política de Rafael Correa, quien aprovechó ese sentimiento colectivo de rechazo general a la “vieja forma de hacer política”. Su imagen caló en la clase media, sectores populares, la intelectualidad política y académica de izquierda, sectores progresistas, movimiento indígena, sindicatos e inclusive se alinearon algunos personajes políticos de centro y centro derecha.

La presente obra “Campañas Presidenciales: recopilación de piezas publicitarias impresas y multimedia”, de ninguna manera pretende someter a escrutinio crítico los procesos y decisiones políticas de quienes ostentaron el poder desde el año 2002 hasta el año 2013. Su afán es evidenciar desde una perspectiva técnica basada en metodologías y análisis que aporten a la comprensión del funcionamiento y efectividad de herramientas comunicacionales en la política electoral ecuatoriana.

A través del presente estudio se pone a consideración una nutrida recopilación de las piezas gráficas y audiovisuales que 17 partidos y movimientos políticos utilizaron para emitir sus mensajes y promesas de campaña en más de una década.

Cada elemento publicitario fue clasificado en primera instancia, según el período electoral, candidato, partido político y el medio de comunicación que emplearon. A partir de ello, se desarrolla una caracterización morfológica y tipológica que permite una identificación de la forma, el peso gráfico, textual, identidad, marca, entre otros aspectos que sientan la base para futuras investigaciones de carácter semiótico, icónico, iconológico, iconográfico, etc. Sin embargo el lector tiene en sus manos una línea base de muy buena factura.

**Santiago Loaiza P.**

Candidato Lucio Gutiérrez en campaña- año 2013  
Foto: Luis Astudillo /Agencia de Noticias Andes



# Presentación

El presente trabajo recopila 167 piezas publicitarias que fueron desarrolladas por los equipos de campaña de los candidatos que participaron en las elecciones presidenciales del Ecuador en los años 2002 - 2013.

Este trabajo se constituye en una mirada a la aplicación de estrategias publicitarias en procesos electorarios y su evolución en el Ecuador.



# Introducción

El Art. 61 de la Constitución de la República del Ecuador, garantiza a sus ciudadanos , elegir y ser elegidos. En este sentido, los ecuatorianos han ejercido su derecho al voto, desde el retorno a la democracia en el año 1979.

La campaña electoral, es el elemento central de los procesos electorarios. Es así que se configuran como esfuerzos organizados para informar, persuadir y movilizar , con la expresa finalidad de ganar votos ( García Beaudoux & D'Adamo, 2005), a través de un conjunto de contenidos comunicativos de finalidad política.

En los procesos electorarios del año 2002 al 2013, treinta y un candidaturas presidenciales se postularon frente a la ciudadanía con la finalidad de lograr su aceptación, de ellos solo dos consiguieron el podio presidencial, Lucio Gutiérrez y Rafael Correa, el primero con un inconcluso periodo presidencial, y el último, logrando desde el año 2006, tres victorias consecutivas en las lides electorales celebradas, a través de campañas que aplicaron innovadoras estrategias publicitarias y de comunicación política, de allí que su éxito sea relevante.

En las páginas de este libro, mediante consideraciones teóricas se propone realizar un recorrido histórico y morfológico de las piezas publicitarias diseñadas para la participación de los candidatos en las elecciones presidenciales del Ecuador, de los años 2002 al 2013.



# El spot y el afiche electoral

# spot

publicitario

---

en las campañas electorales

Los candidatos, a través de la publicidad televisiva construyen relatos que reflejen elementos centrales que posicionen la candidatura. De esta forma desarrollan temas y discursos que describan como esperan ser percibidos (Freidenberg & González Tule, 2009).

En este sentido, los spots son un componente central de las campañas presidenciales actuales, ya que producen una variedad de efectos en el recuerdo y la actitud hacia los candidatos y la intención de voto. (García Beaudoux & D'Adamo, 2006).

En concreto, el spot apela a la vista y al oído, ya que se construye sobre la base de mensajes políticos persuasivos. Se distingue por su brevedad, efectividad y el control de la comunicación por parte del emisor.

## funciones

Los anuncios políticos televisivos, cumplen con tres funciones básicas, según el criterio de Benoit (citado por García Beaudoux & D'Adamo, 2006), que los define de la siguiente forma: a) resaltar al candidato como funcionario público deseable, b) degradar al candidato oponente, c) responder a los ataques del oponente.

Las historias que narran los spots, demuestran las estrategias que partidos y candidatos, han elegido para acercarse de forma eficaz a los electores, para atraer su voto.

Según lo mencionan (García Beaudoux & D'Adamo, 2006), investigadores de la Annenberg School de Universidad de Pensilvania en Estados Unidos, proponen la siguiente tipología de anuncios televisivos:

Tabla 1.

| Tipología del spot |  |
|--------------------|--|
| Positivos          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación</li> <li>• Carácter mítico</li> <li>• Temas</li> </ul>                                       |
| Contraste          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Directo</li> <li>• Implícito</li> </ul>   |
| Negativos          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avisos de noción</li> <li>• Avisos de testigo personal</li> <li>• Avisos de periodista neutral</li> </ul>   |
| Propuesta          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apelación a temas</li> <li>• Apelación de imagen y/o carácter</li> <li>• Apelaciones emocionales</li> </ul> |

Fuente: (García Beaudoux & D'Adamo, 2006)  
Elaboración propia

## 1. Spots positivos

Son los spots que se centran en las cualidades del candidato, rara vez mencionan a los contrincantes, muestran su posición frente a diferentes temas de campaña, y acentúa las similitudes con sus votantes para generar identificación.

Dentro de esta tipología, los spots positivos pueden ser:

### 1.1 Spots positivos de identificación

Desarrollan el reconocimiento del nombre, o presentan características biográficas del candidato.

#### 1.1.1 Spots de carácter mítico

Cuando se utilizan mitos culturales, para despertar resonancia en los votantes. Un ejemplo característico de esta tipología, son

los spots que muestran al candidato como un hombre común y los heroicos.

#### 1.1.2 Spots de temas

Cuando se busca asociar al candidato con temáticas particulares que son importantes para diversos grupos de votantes (desempleo, inseguridad, etc)

### 1.2 Spots de contraste

Contienen comparaciones explícitas entre los atributos del candidato y su trayectoria o sus propuestas con las del oponente. Los spots de esta categoría se definen como:

**1.2.1 De contraste directo**, cuando comparan a un candidato con otro, o en su defecto, con las posiciones en torno a un tema, que pudieren tener los candidatos.

**1.2.2 De contraste implícito**, cuando no se refieren directamente a la oposición, aunque intentan ayudar al receptor a inferir críticas al candidato oponente.

### 1.3 Spots negativos

Aquellos spots dedicados a exhibir las debilidades del adversario. Hall Jamieson (citado por García Beaudoux & D'Adamo, 2006), divide los anuncios negativos de la siguiente forma:

#### 1.3.1 Avisos de noción

Colocar imágenes una inmediatamente de la otra, sin relación entre sí, con el objetivo de producir falsas deducciones en el espectador.

#### 1.3.2 Avisos de testigo personal

Muestra a ciudadanos comunes mencionando opiniones negativas acerca del oponente.

#### 1.3.3 Avisos de periodista neutral

En los que se realiza afirmaciones informativas para luego invitar al votante a derivar una conclusión acerca del rival.

# tipología

### 1.4 Spots de propuesta y anuncios de imagen

Según Cundy (citado por García Beaudoux & D'Adamo, 2006), menciona que los spots pueden afectar la forma en la que los votantes perciben a los candidatos. Mientras los spots de temas exponen las posiciones políticas del candidato, los de imagen destacan sus cualidades personales. En los anuncios se recurren a las siguientes apelaciones:

#### 1.4.1 Apelaciones a temas

Presentan evidencias, testimonios, estadísticas, en las que se refieren a comentarios, ataques a las creencias políticas, trayectoria, o la pertinencia partidaria.

#### 1.4.2 Apelaciones de imagen y/o de carácter

Comentarios positivos o negativos inherentes a la habilidad del candidato, para desempeñarse en el cargo. También aparece bajo la forma de datos de la vida personal del candidato.

#### 1.4.3 Apelaciones emocionales

Roseman, Abelson y Ewing (citado por García Beaudoux & D'Adamo, 2006), define a esta categoría como comentarios que intentan sugerir respuestas positivas o negativas en la audiencia. En el sentido negativo, se destacan tres tipos de mensajes: los que señalan que la sociedad enfrenta un problema peligroso y generan miedo, los que reconocen a ciertos agentes como un problema y despiertan enojo y los que indican que no se ha satisfecho metas y pretenden suscitar frustración

# mitos

## en los spots

Según lo mencionan (García Beaudoux & D'Adamo, 2006), investigadores de la Annenberg School de Universidad de Pensilvania en Estados Unidos, proponen la siguiente tipología de anuncios televisivos:

Tabla 2.

| Mitos   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maestros</li> <li>• Nosotros y ellos</li> <li>• Heroicos</li> <li>• Pseudomitos</li> </ul> |

Fuente: (García Beaudoux & D'Adamo, 2006)  
Elaboración propia

### 2. Mitos maestros

Constituyen la conciencia colectiva de la sociedad. De ellos se desprenden los mitos fundacionales que cuentan la historia de los orígenes de la nación, su independencia y su Constitución; los mitos de mantenimiento cuya función es intensificar el sustento de las relaciones políticas, que dan lugar al mito de que las elecciones determina el rumbo que seguirá la política; y los mitos escatológicos que proyectan el destino de la nación sobre el pasado y sobre el presente.

### 2.2 Mitos de nosotros y ellos

Canalizan la hostilidad hacia individuos, grupos, clases, objetos o países

### 2.3 Mitos heroicos

Muestran al candidato como sabio o redentor, asociándolo con héroes políticos del pasado.

### 2.4 Pseudomitos

Mitos de corto plazo, para lograr metas políticas coyunturales.

# roles

## simbólicos

Nimmo (citado por García Beaudoux & D'Adamo, 2006), afirma que los candidatos seleccionan símbolos que provoquen empatía entre los votantes. Según Roberts (citado por García Beaudoux & D'Adamo, 2006), define diez roles simbólicos presidenciales.

Tabla 3.

| Rol simbólico  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran comunicador</li> <li>• Jefe visionario</li> <li>• Héroe</li> <li>• Figura paterna</li> <li>• Guardián de los valores</li> <li>• Comandante en jefe</li> <li>• Líder mundial</li> <li>• Primer legislador</li> <li>• Primer educador</li> <li>• Primer administrador</li> </ul> |

Fuente: (García Beaudoux & D'Adamo, 2006)  
Elaboración propia

### 3.1 El gran comunicador

Se muestra al candidato dando discursos, conferencias de prensa o hablando con votantes.

### 3.2 El jefe visionario

En el spot, el candidato habla del futuro, de sueños y del destino.

### 3.3 El héroe

En el spot muestran al candidato frente a multitudes que lo aclaman y se lo muestra como héroe de guerra.

### 3.4 La figura paterna

Muestran al candidato con niños, con su familia.

### 3.5 Guardián de los valores

El candidato menciona derechos, libertad, igualdad, paz.

### 3.6 El comandante en jefe

El candidato aparece junto a fuerzas armadas

### 3.7 Líder mundial

Se muestra al candidato junto a líderes de otros países, firmando tratados.

### 3.8 Primer legislador

Se exhibe al candidato brindando discursos en el congreso, reunido con otros legisladores.

### 3.9 El primer educador

El candidato es ejemplo en una situación de educación o entrenamiento.

### 3.10 El primer administrador

El candidato habla de economía, impuestos, inflación y planes sociales.



# grupos a los que se dirigen

El sector demográfico protagoniza el papel principal en la propaganda política. En la mayoría de los casos los mensajes de los spots, se refieren a grupos geográficos, étnicos, partidarios, sociales y demográficos.

# El afiche electoral

La finalidad de la propaganda política es presentar de forma específica al personaje, de tal forma que motive una reacción positiva por parte del espectador. Con el afiche electoral se revela gran parte de la imagen del personaje político en campaña. (Richard, 2008)

En este sentido, el afiche impresiona la percepción del ciudadano al combinar mensaje y texto.

Su principal limitación es que no permiten mucha carga de significado, deben ser concisos y atractivos. Reproducen sistemáticamente temas, imágenes o declaraciones que por lo general, se adecuan al resto de unidades publicitarias que se utilizarán para la construcción del discurso del candidato. ( Beaudoux & D'Adamo, 2006, p.67)

La publicidad electoral, bajo la forma de afiches, puede dirigirse a:

Tabla 4.

## Tipología del afiche electoral

- Identificación del nombre
- Presentación biográfica
- Refuerzo
- Papel informativo
- Establecimiento de una imagen
- Establecimiento de issues
- Realización de ataques

Fuente: (García Beaudoux & D'Adamo, 2006)  
Elaboración propia

**Identificación del nombre:** Mostrar el nombre del candidato para que penetre en la mente del votante.

**Presentación biográfica:** a través de los datos del pasado del candidato, se dibuja su perfil.

**Refuerzo:** para generar credibilidad y respeto subrayando virtudes y fortalezas del candidato.

**Papel informativo:** basado en hechos quién es y qué hace el candidato

**Establecimiento de una imagen:** mediante colores patrióticos y mensajes simbólicos dirigidos a la emoción más que a la razón.

**Establecimiento de issues (temas):** que se basan en cuestiones políticas que son objeto de conflicto.

**Realización de ataques:** para combatir posiciones de rivales, a través de la comparación de ofertas electorales, acusaciones directas, crítica a la posición del contrincante.





Elecciones  
Presidenciales  
**2002**



# Campaña 2002:

## Una breve mirada

Once candidaturas participaron en la contienda electoral presidencial ecuatoriana del año 2002, luego de tres años de mandato de Gustavo Noboa, quien asumió el poder, luego del derrocamiento de Jamil Mahuad, el 21 de enero del año 2000.

A criterio de (Córdova, 2003), Lucio Gutiérrez y Álvaro Noboa irrumpieron desde distintas vertientes, pero de similar naturaleza, como una impugnación al sistema que por casi treinta años, había dominado el país. La primera vuelta se llevó a cabo el 20 de octubre de 2002, cuyo ganador se definió en segunda vuelta el 24 de noviembre del mismo año.

En las siguientes páginas constan las piezas publicitarias impresas, diseñadas para dicho periodo.

# Resultados:

**Tabla 5.**  
**Resultados elecciones Ecuador 2002 – 1era vuelta**

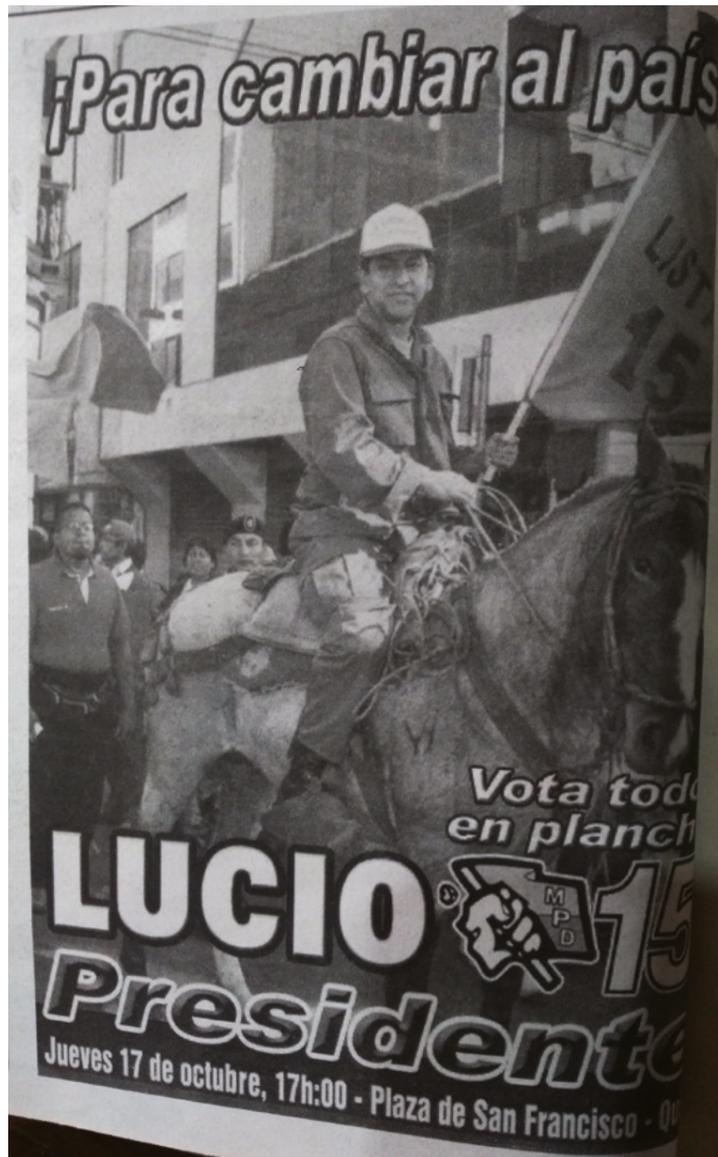
|                   | <i>Partido</i> | <i>Votos</i> | <i>Porcentaje</i> |
|-------------------|----------------|--------------|-------------------|
| Lucio Gutiérrez   | PSP            | 943.123      | 20,6              |
| Álvaro Noboa      | PRIAN          | 794.614      | 17,4              |
| León Roldós       | RP             | 703.593      | 15,4              |
| Rodrigo Borja     | ID             | 638,142      | 14                |
| Jacobo Bucaram    | PRE            | 544,688      | 11,9              |
| Jacinto Velázquez | TSI            | 169.311      | 3,7               |
| Ivonne Baki       | META           | 79.598       | 1,7               |
| Cesar Alarcón     | PL             | 54.793       | 1,2               |
| Oswaldo Hurtado   | MPS            | 49.043       | 1,1               |
| Antonio Vargas    | MIAJ           | 39.171       | 0,9               |
| <b>Total</b>      |                | 8,154,425    | 100               |

Fuente: Consejo Nacional Electoral  
Elaboración propia

**Tabla 6.**  
**Resultados elecciones Ecuador 2002 – 2da. vuelta**

| <i>Candidato</i> | <i>Partido</i> | <i>Votos</i> | <i>Porcentaje</i> |
|------------------|----------------|--------------|-------------------|
| Lucio Gutiérrez  | PSP            | 2.803,243    | 54,8              |
| Álvaro Noboa     | PRIAN          | 2.312.854    | 45,2              |
| <b>Total</b>     |                | 8,154,425    | 100               |

Fuente: Consejo Nacional Electoral  
Elaboración propia



Impresos - Ficha 01

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Lucio Gutiérrez

**Partido /movimiento**  
Sociedad Patriótica

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa

**Soporte:**  
Diario El Comercio

**Formato:**  
Aviso - ¼ página vertical

**Fecha:**  
Octubre 2002

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

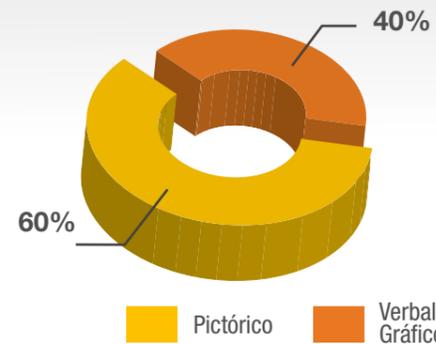
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico  
\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha 02

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Lucio Gutiérrez

**Partido /movimiento**  
Sociedad Patriótica

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa

**Soporte:**  
Diario Últimas Noticias

**Formato:**  
Aviso - ½ página horizontal

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6%

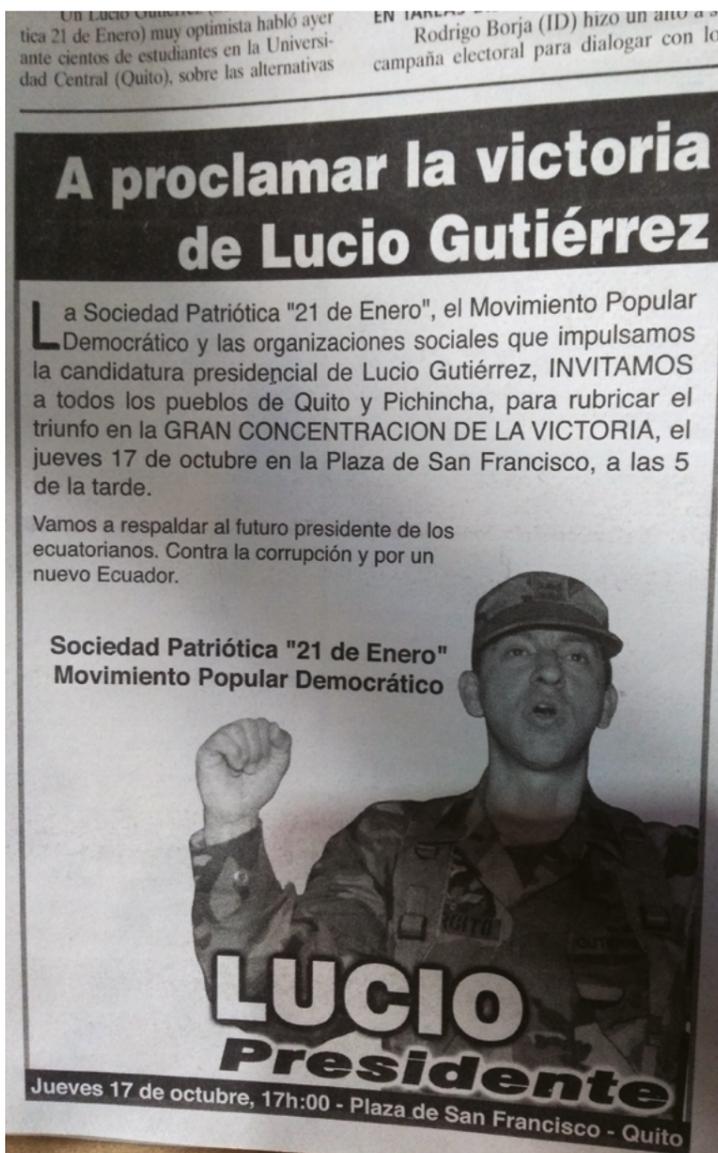
**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico  
\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha 03

Datos informativos de la pieza publicitaria

Candidato:

Lucio Gutiérrez

Partido /movimiento

Sociedad Patriótica

Contienda electoral:

Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

Medio:

Prensa

Soporte:

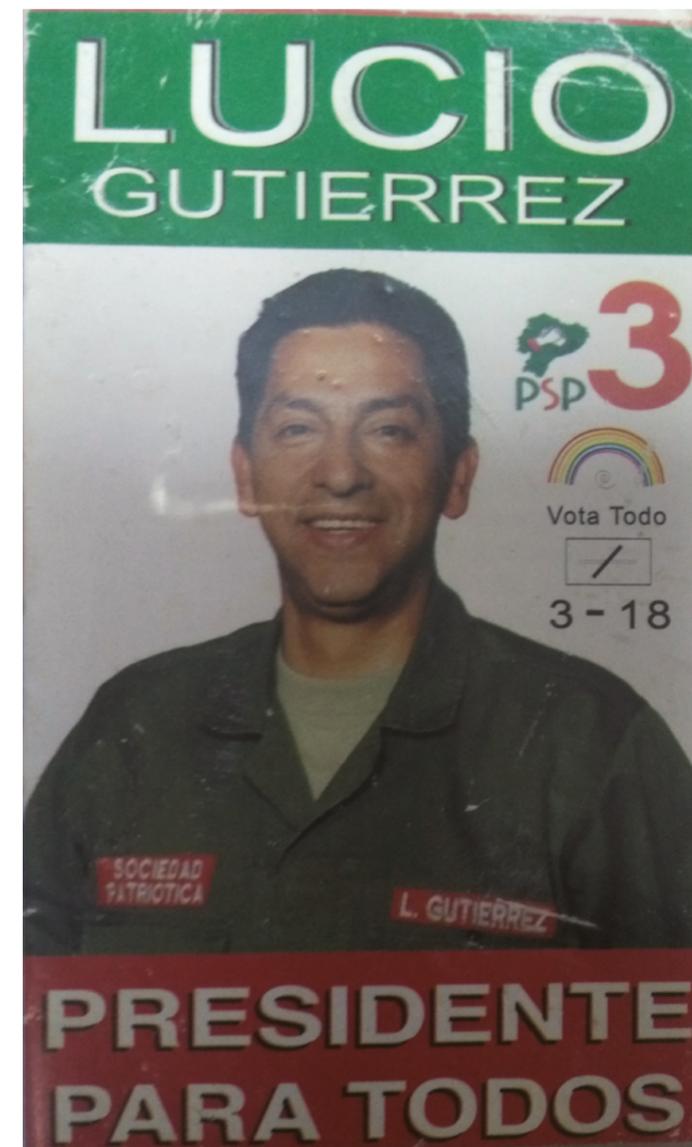
Diario Últimas Noticias

Formato:

Aviso - 1/4 página vertical

Fecha:

Octubre 2002



Impresos - Ficha 04

Datos informativos de la pieza publicitaria

Candidato:

Lucio Gutiérrez

Partido /movimiento

Sociedad Patriótica

Contienda electoral:

Primera vuelta

Fuente:

Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

Datos de publicación de la pieza publicitaria

Formato:  
Afiche electoral

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

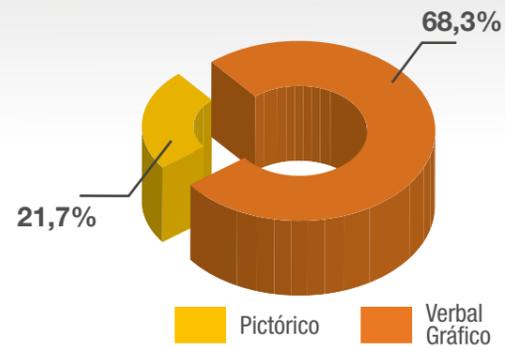
Signos de identidad:

Marca: La pieza publicitaria no cuenta con una marca.

Cromática:



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

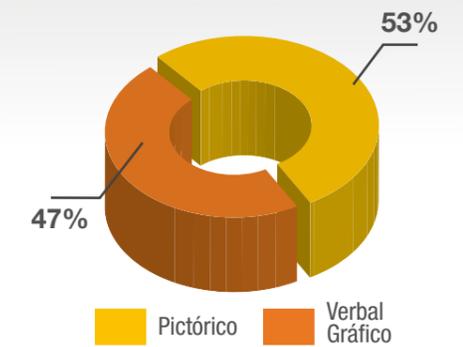
Signos de identidad:

Marca: En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

Cromática:



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria

# Álvaro Noboa se mantiene primero a nivel nacional.

Los políticos tradicionales no convencen

Consultar



TOTAL BASE: 6903 HOGARES Margen de error ±2% Nivel de confianza: 95%



Encuesta Nacional 24 al 27 de septiembre del 2002 Factor de ajuste: Padrón del Tribunal Supremo Electoral

La ca  
CAM  
ral, el  
con.2  
L a ac  
didatos  
dades a  
será, a  
misterio  
Ley Or  
Gasto E  
fusión p  
días ant  
decir, le  
tidas ha  
El esp  
legal es  
tados d  
en la de  
Por lo c  
preside  
mo Elec  
cuerda q  
de ese a  
cionará  
lares de  
de com  
reincide  
electora  
por seis  
fractor.  
La noi  
no es bi  
encuest  
Córdov  
Cedatos  
hasta el  
hay una  
que de  
cuestas  
los vota  
te hay p  
municar  
zar una  
en un d  
como la  
sultados  
Santia  
Confide  
la prohib  
cuestad  
suscrip  
tivos, at  
de expri  
dica por

Impresos - Ficha 05

Datos informativos de la pieza publicitaria

Candidato:  
Álvaro Noboa

Partido /movimiento  
PRIAN

Contienda electoral:  
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

Medio:  
Prensa

Soporte:  
Diario El Comercio

Formato:  
Aviso - 1/4 página vertical

Fecha:  
Octubre 2002



Impresos - Ficha 06

Datos informativos de la pieza publicitaria

Candidato:  
Ivonne Baki

Partido /movimiento  
Partido Liberal Ecuatoriano

Contienda electoral:  
Primera vuelta

Fuente:  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

Datos de publicación de la pieza publicitaria

Formato:  
Flyer

Fecha:  
Octubre 2002

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

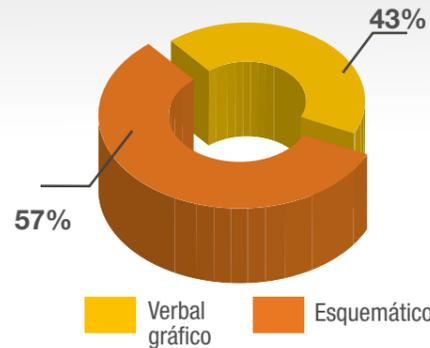
Signos de identidad:

Marca: En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

Cromática:



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria

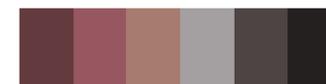
Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

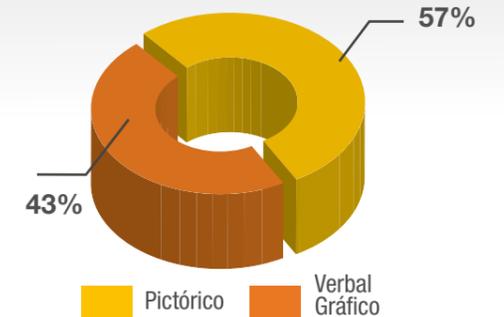
Signos de identidad:

Marca: En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

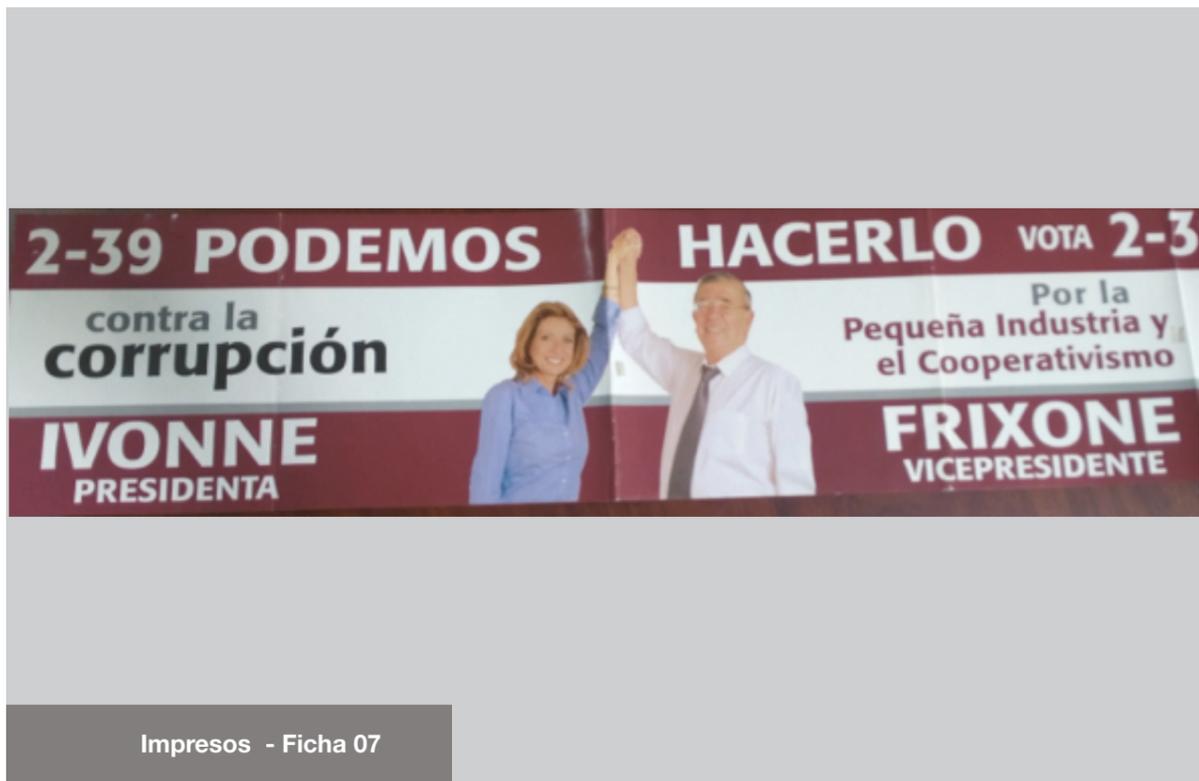
Cromática:



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha 07

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Ivonne Baki

**Partido /movimiento**  
Partido Liberal Ecuatoriano

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Flyer

**Fecha:**  
Octubre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen
- Establecimiento de issues



**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**



Impresos - Ficha 08

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Ivonne Baki

**Partido /movimiento**  
Partido Liberal Ecuatoriano

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Flyer

**Fecha:**  
Octubre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen
- Establecimiento de issues



**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**



Impresos - Ficha 09



Impresos - Ficha 10

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Jacobo Bucaram  
**Partido /movimiento**  
Partido Liberal Ecuatoriano  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Diario El Comercio

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Flyer  
**Fecha:**  
Octubre 2002

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Xavier Neira  
**Partido /movimiento**  
PSC  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Diario El Comercio

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Flyer  
**Fecha:**  
Octubre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

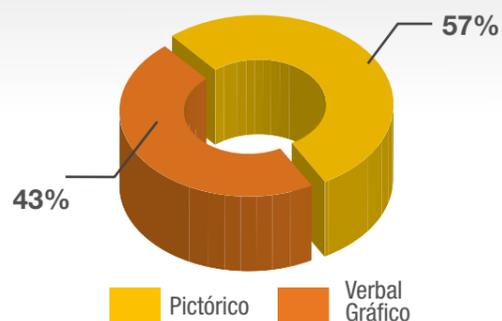
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

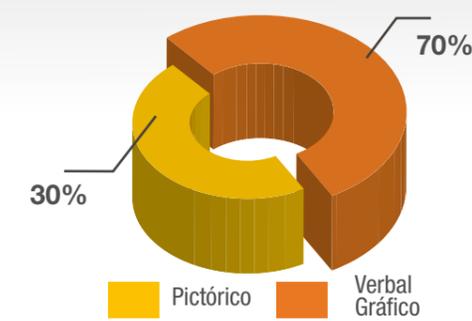
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 80%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha 11

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Xavier Neira

**Partido /movimiento**  
PSC

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Flyer

**Fecha:**  
Octubre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

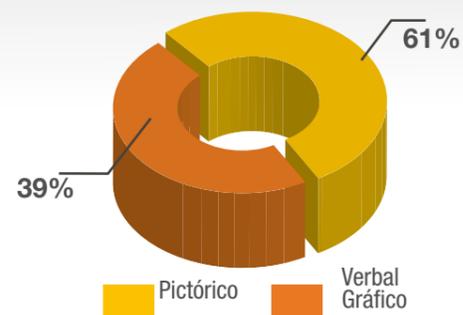
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 17%

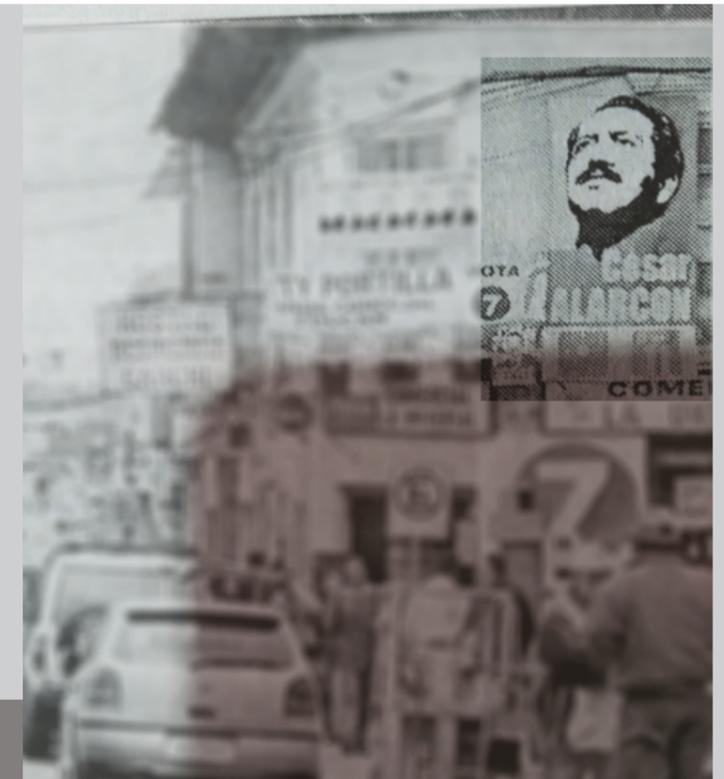
**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha 12

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
César Alarcón Costa

**Partido /movimiento**  
Partido Libertad

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Diario El Comercio

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Afiche electoral

**Fecha:**  
Octubre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

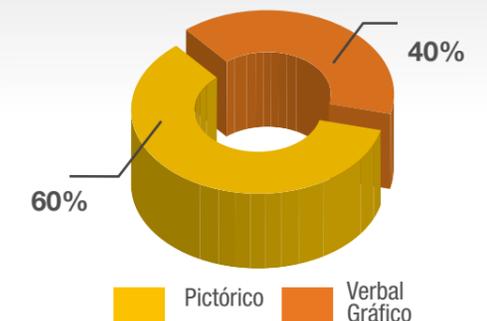
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 17%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha 13

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rodrigo Borja

**Partido /movimiento**  
Izquierda Democrática

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Flyer

**Fecha:**  
Octubre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

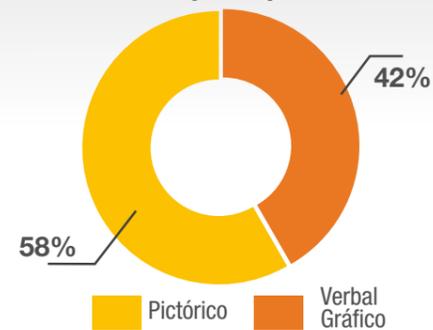
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

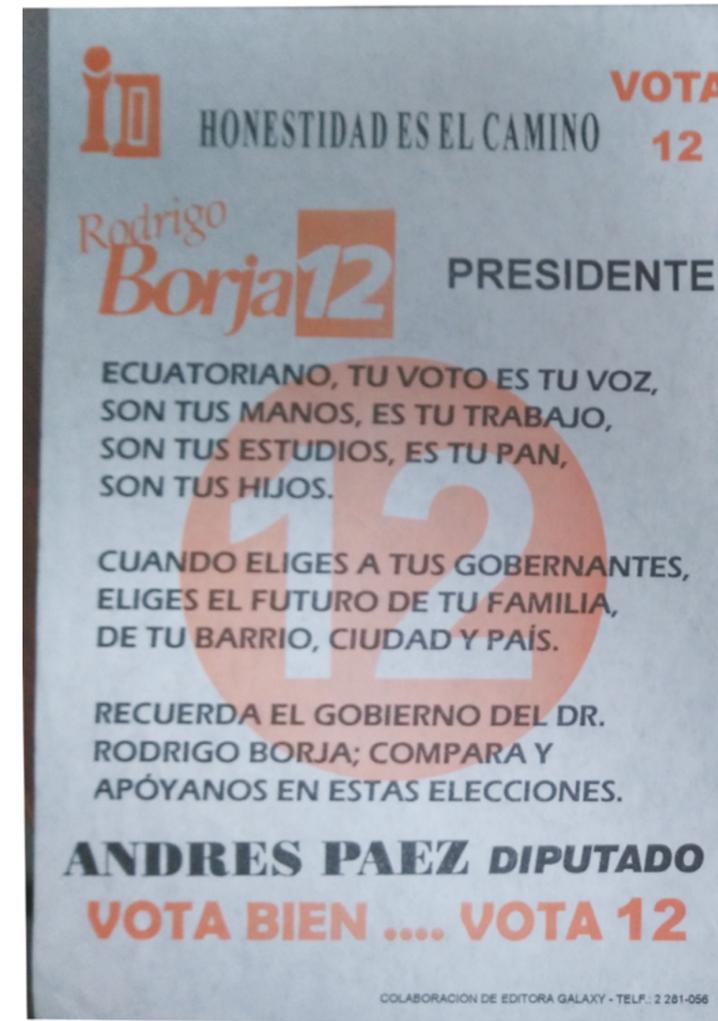
**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 17%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha 14

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rodrigo Borja

**Partido /movimiento**  
Izquierda Democrática

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Flyer

**Fecha:**  
Octubre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

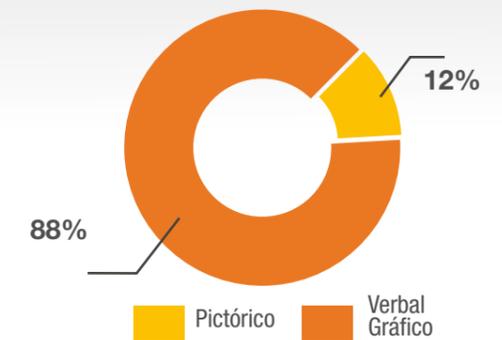
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

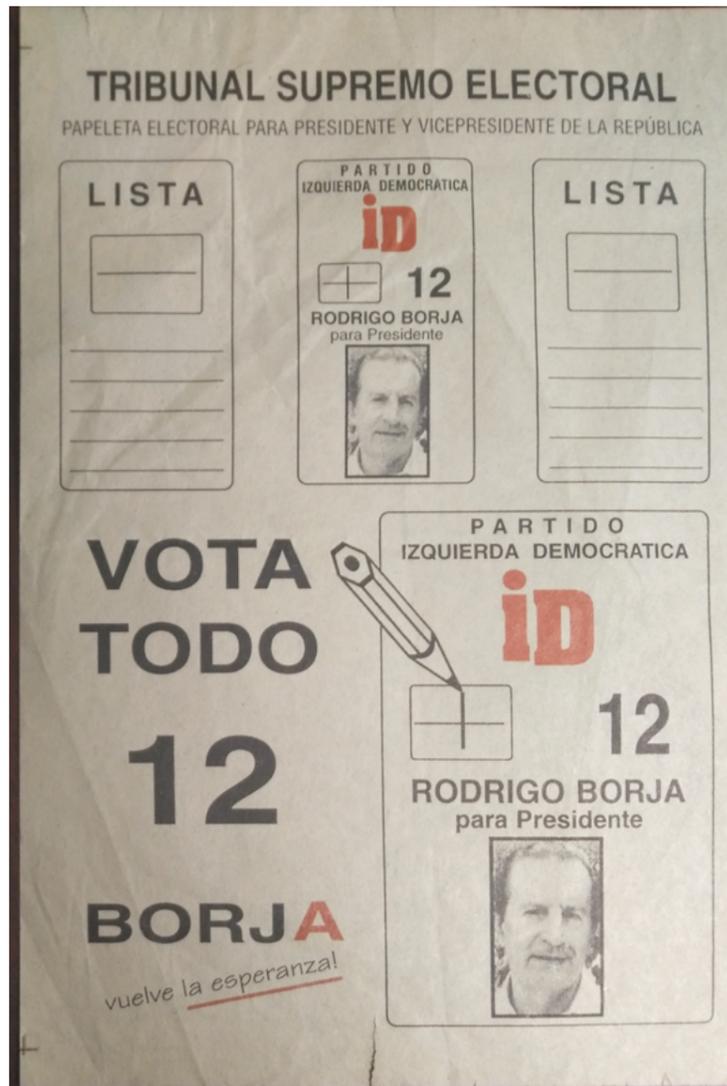
**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 15

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rodrigo Borja

**Partido /movimiento**  
Izquierda Democrática

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Flyer

**Fecha:**  
Octubre 2002



Impresos - Ficha No.16

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Oswaldo Hurtado

**Partido /movimiento**  
Patria Solidaria

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Flyer

**Fecha:**  
Octubre 2002

Tipología de la pieza publicitaria

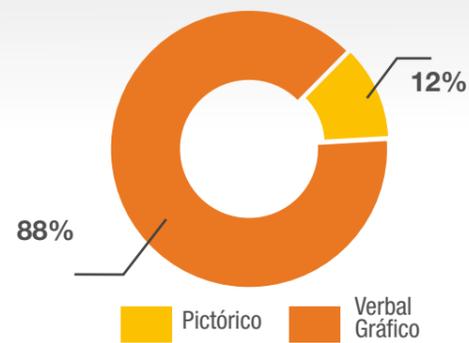
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 4%



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria

Tipología de la pieza publicitaria

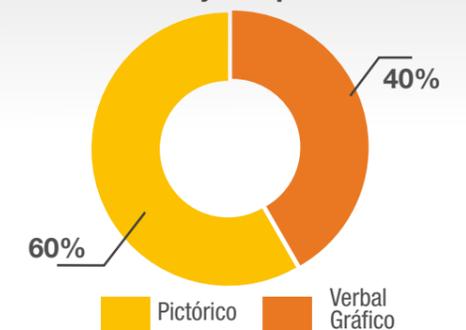
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No.17

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Oswaldo Hurtado  
**Partido /movimiento**  
Patria Solidaria  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario La Hora  
**Formato:**  
Aviso -1/4 página horizontal  
**Fecha:**  
Octubre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

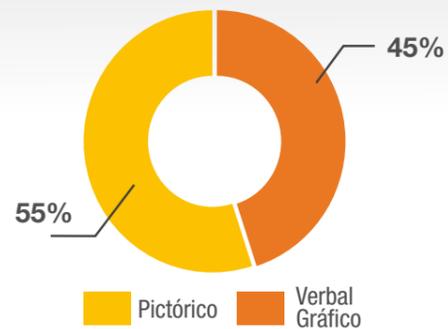
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 18

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Oswaldo Hurtado  
**Partido /movimiento**  
Patria Solidaria  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario La Hora- Sección B9  
**Formato:**  
Aviso -Página completa  
**Fecha:**  
14 de octubre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

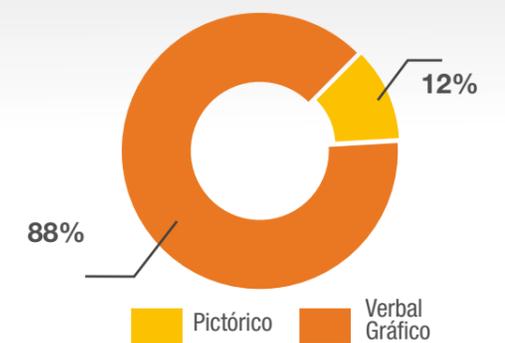
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 4%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No.19



Impresos - Ficha No.20

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Antonio Vargas

**Partido /movimiento**  
Amauta Jatari

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Diario El Comercio-  
Sección Política

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Afiche electoral

**Fecha:**  
18 de septiembre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

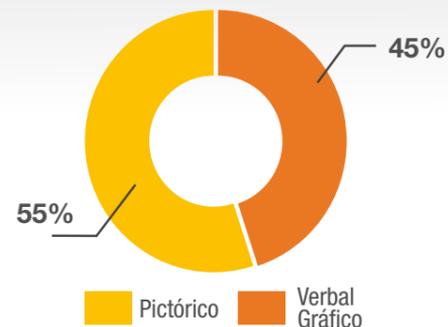
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

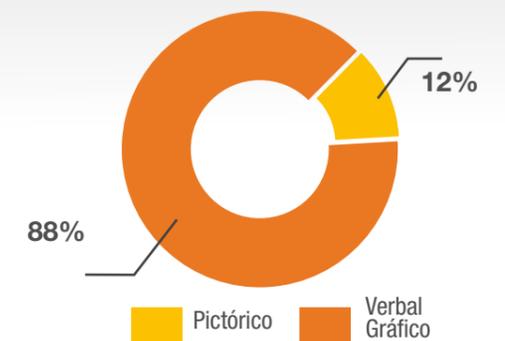
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 13%

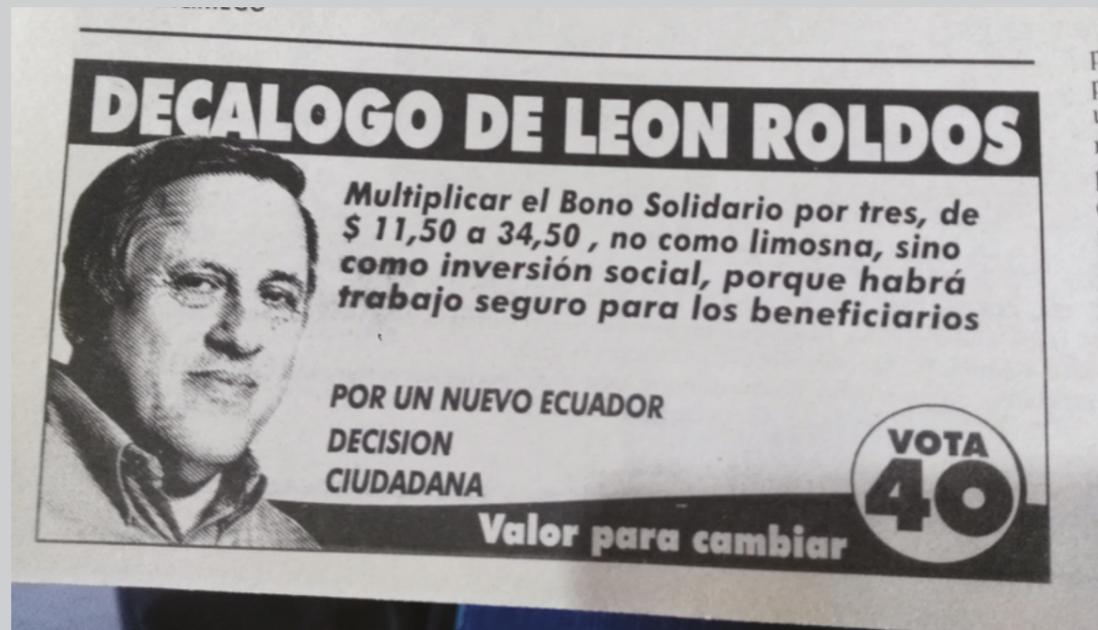
**Cromática:**



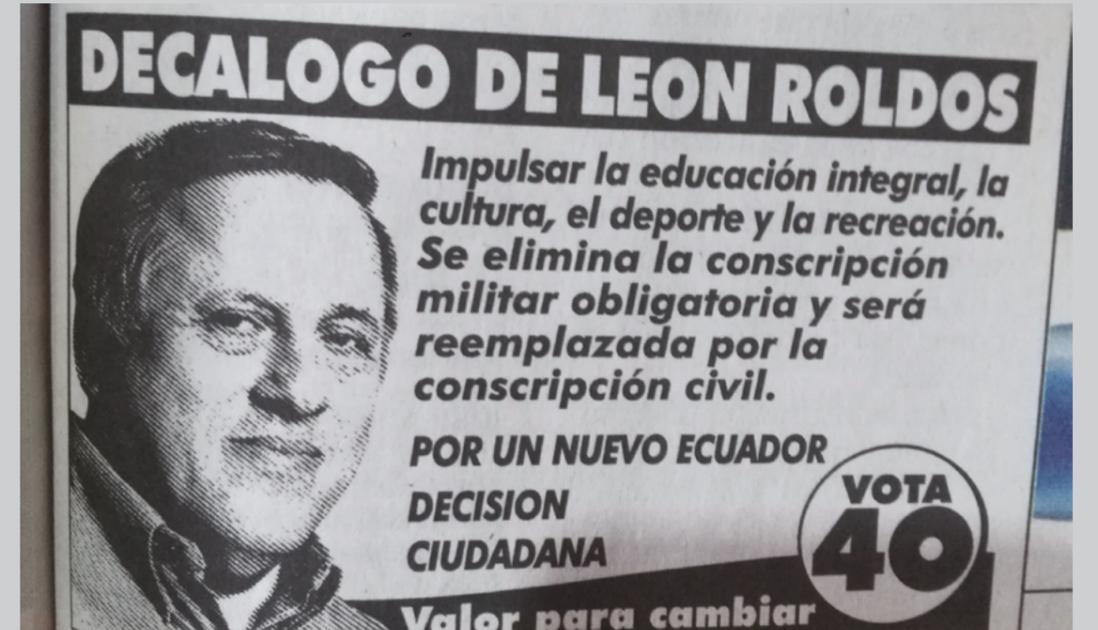
**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No.21



Impresos - Ficha No.22

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
León Roldós

**Partido /movimiento**  
Movimiento ciudadano

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa

**Soporte:**  
Diario El Comercio

**Formato:**  
Aviso - Talón

**Fecha:**  
Octubre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen
- Establecimiento de issues

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico**  
\*Porcentaje de aplicación

**Morfología de la pieza publicitaria**

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
León Roldós

**Partido /movimiento**  
Movimiento ciudadano

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa

**Soporte:**  
Diario El Comercio

**Formato:**  
Aviso - Talón

**Fecha:**  
Octubre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen
- Establecimiento de issues

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico**  
\*Porcentaje de aplicación

**Morfología de la pieza publicitaria**



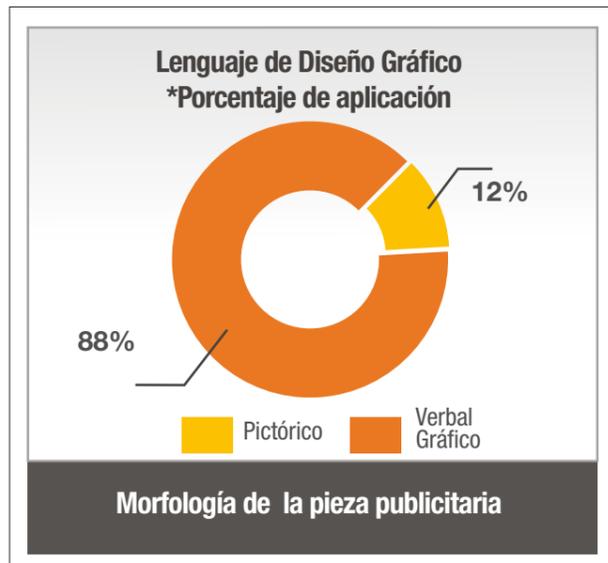
Impresos - Ficha No.23

|  |  |
|--|--|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>León Roldós                   |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Movimiento ciudadano |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta      |

|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Medio:</b><br>Prensa               |
|  | <b>Soporte:</b><br>Diario El Comercio |
|  | <b>Formato:</b><br>Aviso - Talón      |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2002         |

|   |                                 |
|---|---------------------------------|
| <b>Tipología de la pieza publicitaria</b> | • Identificación del nombre     |
|   | • Establecimiento de una imagen |
|   | • Establecimiento de issues     |

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Signos de identidad:</b> |   |
| <b>Marca:</b>               | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67% |
| <b>Cromática:</b>           |   |



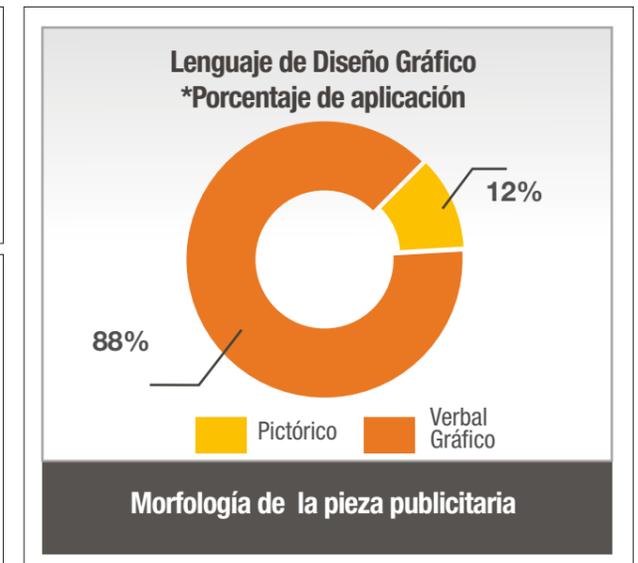
Impresos - Ficha No.24

|  |  |
|--|--|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>León Roldós                   |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Movimiento ciudadano |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta      |

|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Medio:</b><br>Prensa               |
|  | <b>Soporte:</b><br>Diario El Comercio |
|  | <b>Formato:</b><br>Aviso - Talón      |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2002         |

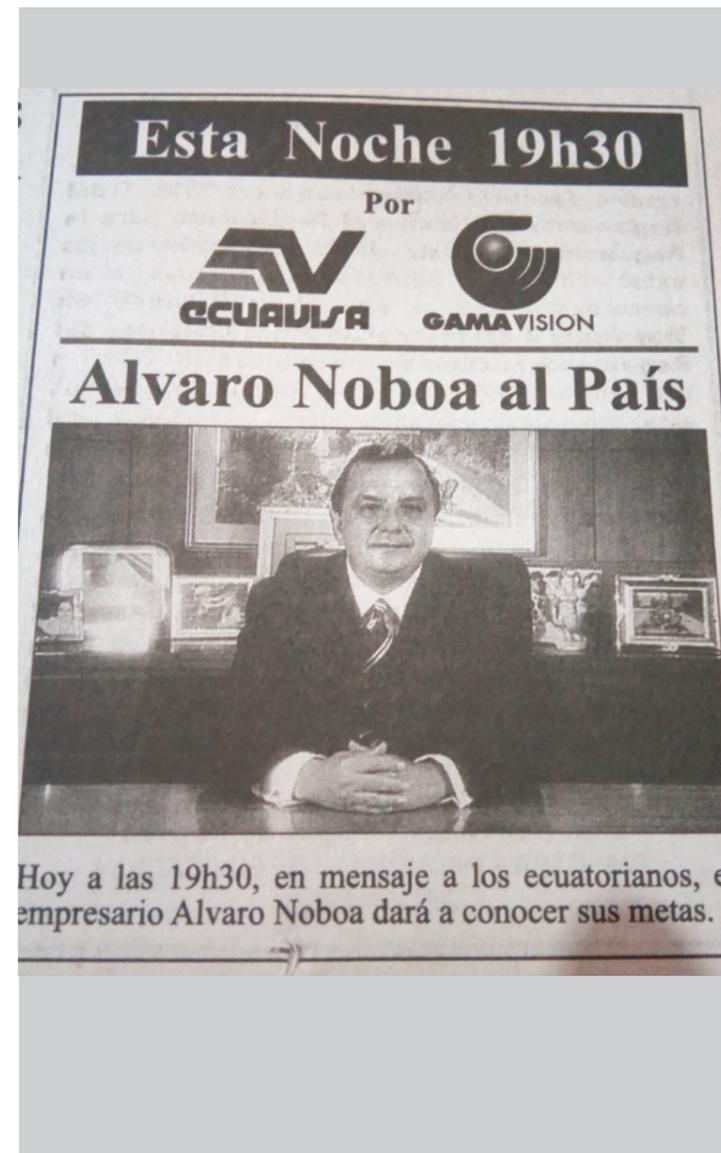
|   |                                 |
|---|---------------------------------|
| <b>Tipología de la pieza publicitaria</b> | • Identificación del nombre     |
|   | • Establecimiento de una imagen |
|   | • Establecimiento de issues     |

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Signos de identidad:</b> |   |
| <b>Marca:</b>               | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67% |
| <b>Cromática:</b>           |   |





Impresos - Ficha No.25



Impresos - Ficha No.26

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Álvaro Noboa

**Partido /movimiento**  
PRIAN

**Contienda electoral:**  
Segunda vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario El Universo – Sección 13A  
**Formato:**  
Aviso -1/4 página horizontal  
**Fecha:**  
06 de noviembre 2002

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento**  
PRIAN  
**Contienda electoral:**  
Segunda vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario Últimas Noticias  
**Formato:**  
Aviso - 1/2 página horizontal  
**Fecha:**  
15 de noviembre 2002

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen
- Establecimiento de issues

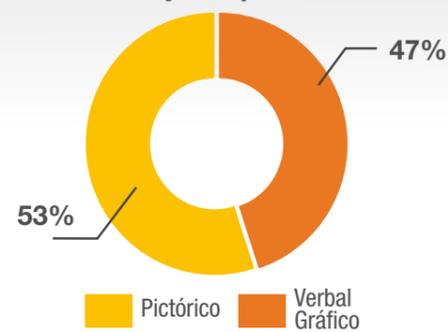
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen
- Establecimiento de issues

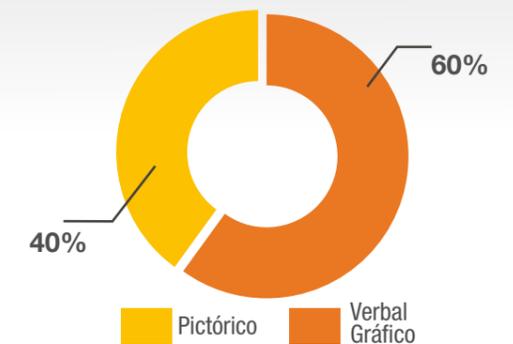
Signos de identidad:

**Marca:** La pieza publicitaria, no cuenta con marca

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No.27

Datos informativos de la pieza publicitaria

Candidato:  
 Álvaro Noboa  
 Partido /movimiento  
 PRIAN  
 Contienda electoral:  
 Segunda vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

Medio:  
 Prensa  
 Soporte:  
 Diario La Hora –  
 Sección B6  
 Formato:  
 Aviso - Doble página  
 Fecha:  
 noviembre 2002

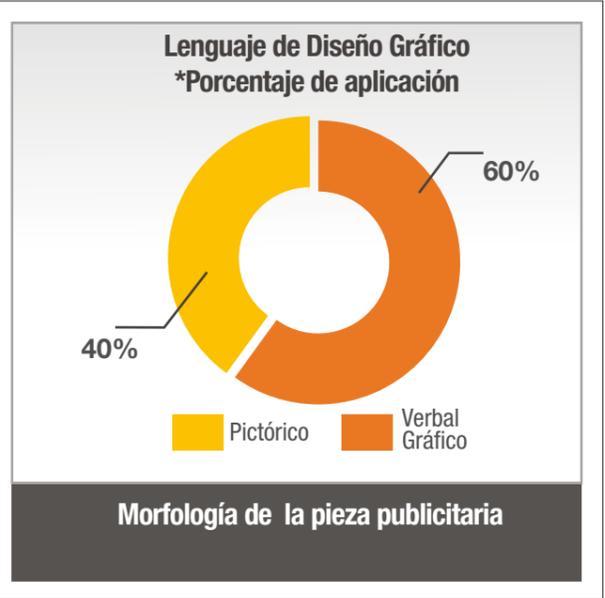
**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Presentación biográfica
- Papel informativo
- Refuerzo

**Signos de identidad:**

**Marca:** La pieza publicitaria, no cuenta con marca

**Cromática:**



Impresos - Ficha No.28

Datos informativos de la pieza publicitaria

Candidato:  
 Álvaro Noboa  
 Partido /movimiento  
 PRIAN  
 Contienda electoral:  
 Segunda vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

Medio:  
 Prensa  
 Soporte:  
 Diario La Hora –  
 Sección B7  
 Formato:  
 Aviso - Doble página  
 Fecha:  
 noviembre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Presentación biográfica
- Papel informativo
- Refuerzo

**Signos de identidad:**

**Marca:** La pieza publicitaria, no cuenta con marca

**Cromática:**





Impresos - Ficha No. 29

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Lucio Gutiérrez  
**Partido /movimiento**  
Sociedad Patriótica  
**Contienda electoral:**  
Segunda vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario El Universo- 5A  
**Formato:**  
Aviso - 1/2 página horizontal  
**Fecha:**  
19 de noviembre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

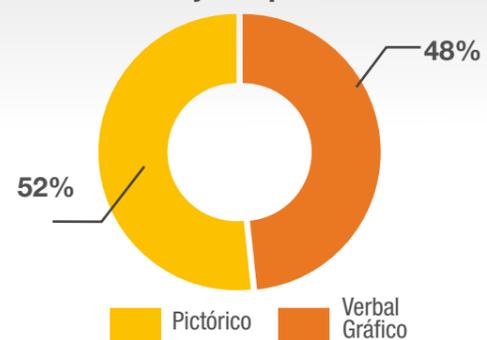
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 30

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Lucio Gutiérrez  
**Partido /movimiento**  
Sociedad Patriótica  
**Contienda electoral:**  
Segunda vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario La Hora- B6  
**Formato:**  
Aviso - 1/2 página horizontal  
**Fecha:**  
Noviembre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

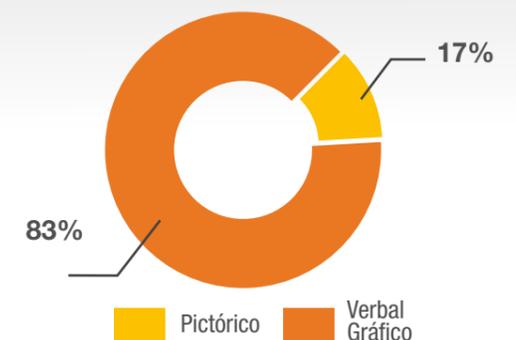
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 31

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Lucio Gutiérrez

**Partido /movimiento**  
Sociedad Patriótica

**Contienda electoral:**  
Segunda vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Afiche electoral

**Fecha:**  
Noviembre 2002

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

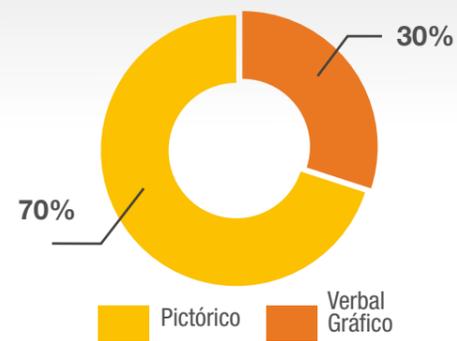
**Signos de identidad:**

**Marca:** La pieza publicitaria, no cuenta con marca

**Cromática:**

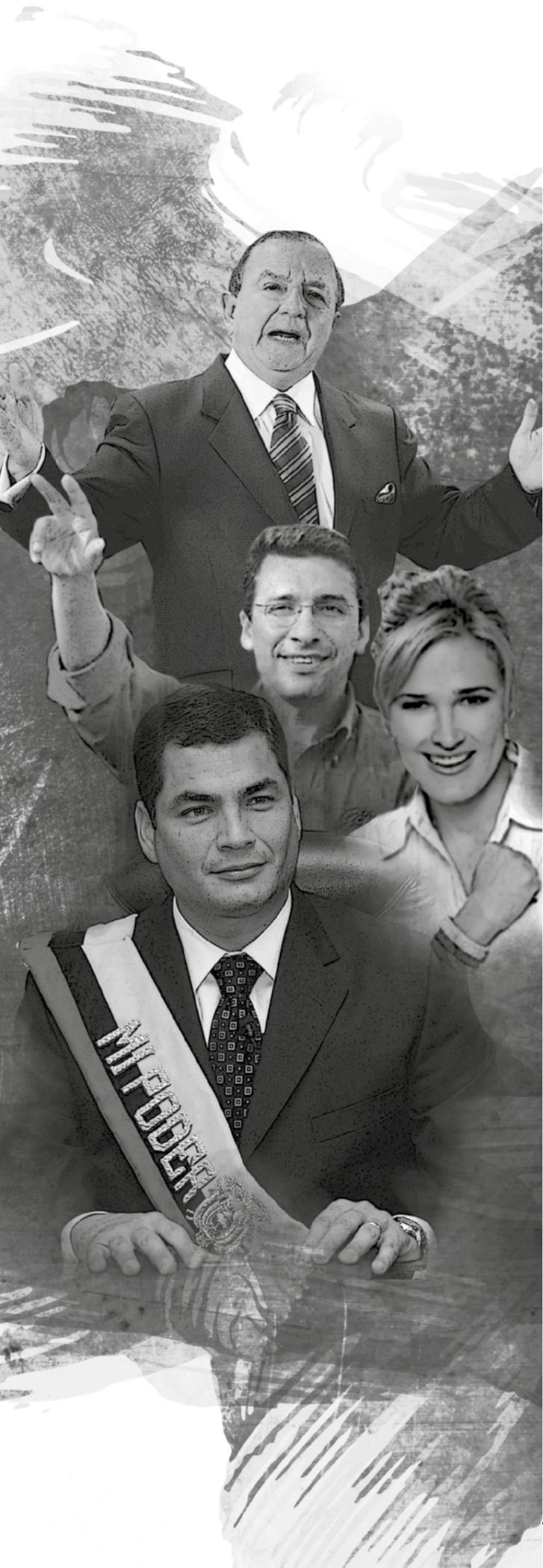


**Lenguaje de Diseño Gráfico**  
\*Porcentaje de aplicación



**Morfología de la pieza publicitaria**





# Campaña 2006:

## Una breve mirada

Trece binomios presidenciales terciaron en la contienda electoral, en 2006, según datos del Tribunal Supremo Electoral. La primera vuelta se desarrolló el 15 de octubre de ese año, cuyos finalistas fueron Rafael Correa y Álvaro Noboa. El 26 de noviembre del mismo año, se definió al vencedor y futuro inquilino de la casa presidencial ecuatoriana, el Ec. Rafael Correa Delgado.

Para (Recalde, 2007) en un análisis de la participación de los finalistas de la segunda vuelta en el año 2006, menciona que Noboa concentraba y alineaba el poder político, económico, electoral, empresarial, que hasta el momento parecía suficiente para ganar la contienda electoral.

Pero el voto ecuatoriano se moviliza también por motivaciones de corte emocional: de afinidad o de resistencia a cualidades y prácticas personales, se inclina por la promesa de campaña que se presente más verosímil, y se define esta vez por romper el orden constituido que encuentra agotado y percibe corrupto. (Recalde, 2007, p.25)

En las siguientes páginas consta las piezas publicitarias impresas, diseñadas para dicho periodo.

# Resultados:

Tabla 7.  
Resultados elecciones Ecuador 2006 – 1era vuelta

| <i>Candidato</i> | <i>Partido</i> | <i>Votos</i>     | <i>Porcentaje</i> |
|------------------|----------------|------------------|-------------------|
| Álvaro Noboa     | PRIAN          | 1.464.251        | 26,83             |
| Rafael Correa    | AP             | 1.246.333        | 22,84             |
| Gilmar Gutiérrez | PSP            | 950.895          | 17,42             |
| León Roldós      | RED            | 809.754          | 14,84             |
| Cynthia Viteri   | PSC            | 525.728          | 9,63              |
| Luis Macas       | MUPP-NP        | 119.577          | 2,19              |
| Fernando Rosero  | PRE            | 113.323          | 2,08              |
| Marco Proaño     | MRD            | 77.655           | 1,42              |
| Luis Villacís    | MPD            | 72.762           | 1,33              |
| Jaime Damerval   | CFP            | 25.284           | 0,46              |
| Marcelo Larrea   | ALBA           | 23.233           | 0,43              |
| Lenin Torres     | MRPP           | 15.357           | 0,28              |
| Carlos Sagnay    | INA            | 13.455           | 0,25              |
| <b>Total</b>     |                | <b>9.165.125</b> | <b>100</b>        |

Fuente: Consejo Nacional Electoral  
Elaboración propia

Tabla 8.  
Resultados elecciones Ecuador 2006 – 2da. vuelta

| <i>Candidato</i> | <i>Partido</i> | <i>Votos</i>     | <i>Porcentaje</i> |
|------------------|----------------|------------------|-------------------|
| Álvaro Noboa     | PRIAN          | 2.689,428        | 43,3              |
| Rafael Correa    | AP             | 3.517,635        | 56,7              |
| <b>Total</b>     |                | <b>9.165.125</b> | <b>100</b>        |

Fuente: Consejo Nacional Electoral  
Elaboración propia



Impresos - Ficha No. 32

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Movimiento País

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Afiche electoral

**Fecha:**  
Octubre 2006



Impresos - Ficha No. 33

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Movimiento País

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Afiche electoral

**Fecha:**  
Octubre 2006

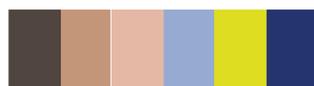
Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

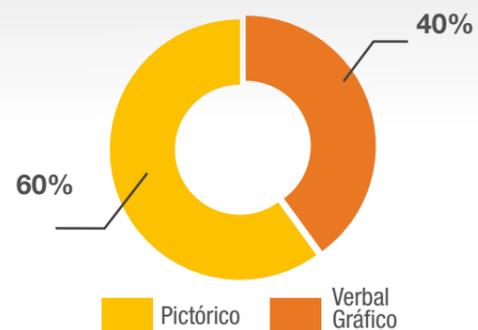
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 25%

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

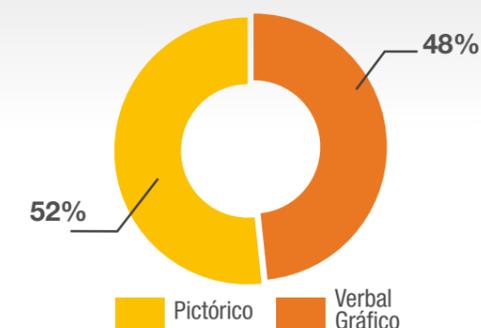
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No. 34

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Rafael Correa  
**Partido /movimiento** PRIAN  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:** Afiche electoral  
**Fecha:** Octubre 2006

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

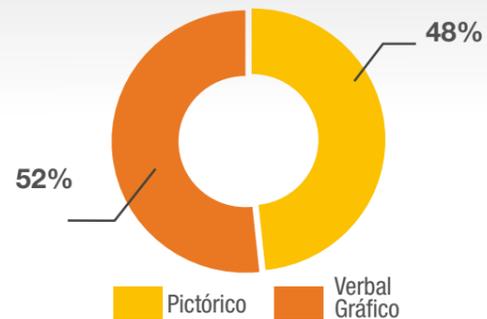
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

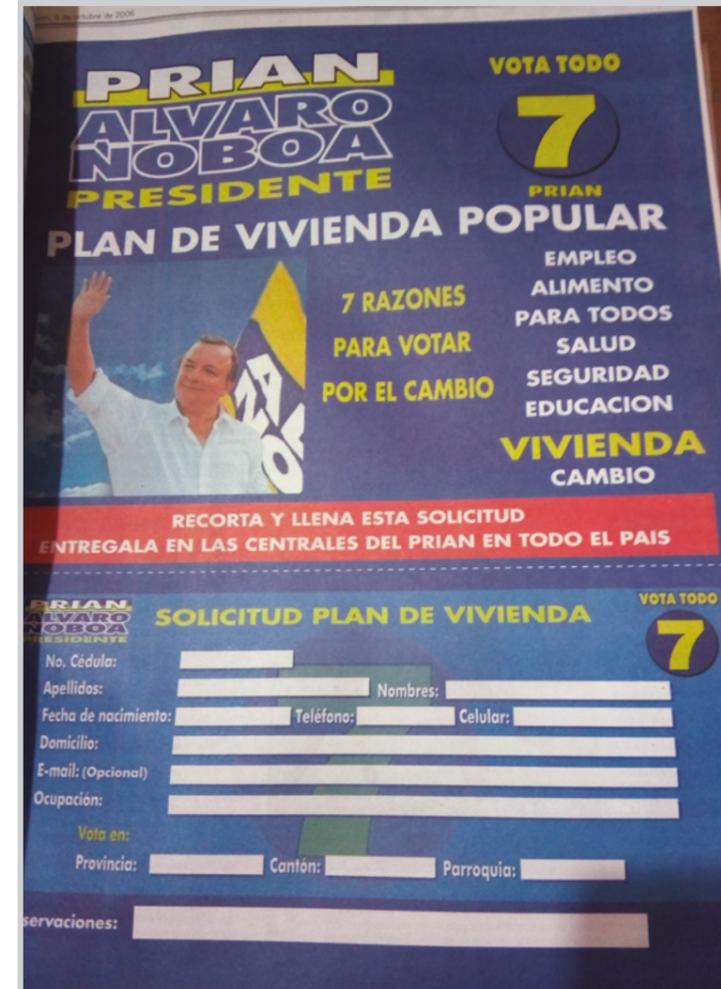
**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

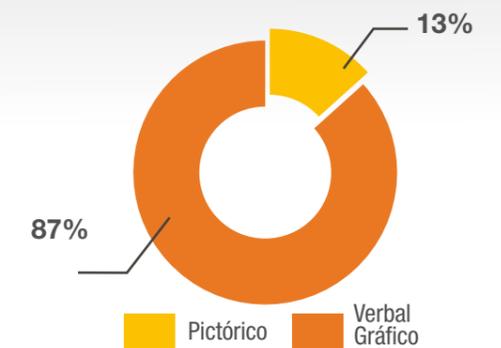
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 10%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento** PRIAN  
**Contienda electoral:** Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:** Prensa  
**Soporte:** Diario La Hora – Sección B15  
**Formato:** Página completa  
**Fecha:** 05 de octubre 2006



Impresos - Ficha No. 36

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Álvaro Noboa

**Partido /movimiento**  
PRIAN

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa

**Soporte:**  
Diario La Hora –  
Sección B07

**Formato:**  
Página completa

**Fecha:**  
05 de octubre 2006

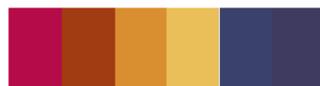
Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

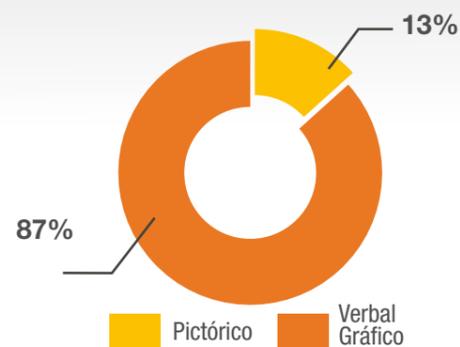
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico  
\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No. 37

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Álvaro Noboa

**Partido /movimiento**  
PRIAN

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa

**Soporte:**  
Diario La Hora –  
Sección B11

**Formato:**  
Talón

**Fecha:**  
05 de octubre 2006

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

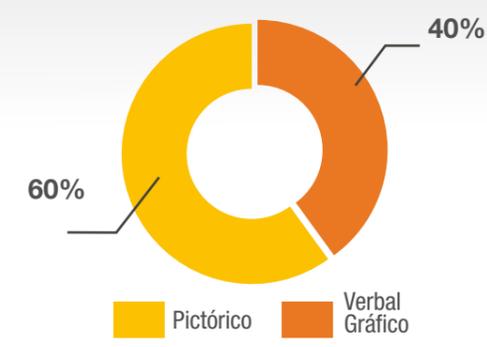
Signos de identidad:

**Marca:** La pieza publicitaria, no tiene marca del candidato

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico  
\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No.38



Impresos - Ficha No.39

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Cynthia Viteri  
**Partido /movimiento**  
PSC  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario El Universo  
- Sección B11  
**Formato:**  
Talón  
**Fecha:**  
12 de octubre 2006

**Tipología de la pieza publicitaria**

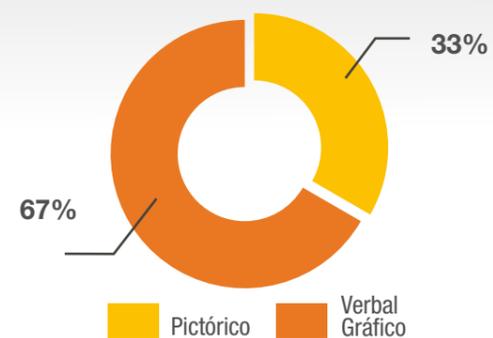
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 10%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico**  
\*Porcentaje de aplicación



**Morfología de la pieza publicitaria**

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Gilmar Gutiérrez  
**Partido /movimiento**  
Sociedad Patriótica  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario Expreso –  
página 7  
**Formato:**  
02 módulos x 6 columnas  
**Fecha:**  
07 de octubre 2006

**Tipología de la pieza publicitaria**

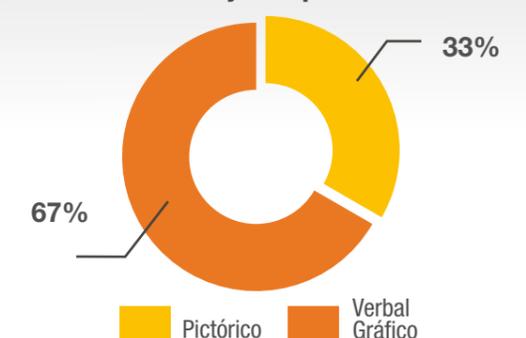
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,33%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico**  
\*Porcentaje de aplicación



**Morfología de la pieza publicitaria**

**GRAN CADENA NACIONAL DE RADIO**  
**Mañana Jueves**  
**de 07H00 a 07H30**



**Dr. Fernando Rosero**  
**PRESIDENTE**  
**TRANSMITIRAN**

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>GUAYAS:</b><br>Radio Morena 640 AM<br>Radio Calidad del Espalme  | <b>MANABI:</b><br>Radio Capital 105.7 FM (Portoviejo)<br>Radio C.D. Café 91.7 FM (Jipijapa)                                    | <b>IMBABURA:</b><br>Radio Satellite 107.1 FM (Matriz)  |
| <b>LOS RIOS:</b><br>Radio Rey de Quevedo 96.7 FM<br>Radio Viva - Quevedo 91.1 FM<br>Radio Auditorama 105.9 FM<br>Radio Stereo Buena Fe 97.5 FM<br>Radio Sibimbe - Ventanas 107.9 FM | <b>ESMERALDAS:</b><br>Radio Candela 95.9 FM (Matriz)<br>Radio Iris 1440 AM   | <b>COTOPAXI:</b><br>Radio 11 de Noviembre 1290 AM  |
| <b>EL ORO:</b><br>Radio Infinito 97.5 FM (Sta. Rosa)<br>Radio Sonocolor   | <b>PICHINCHA:</b><br>Radio El Sol - Quito 570 AM (Quito)<br>Radio Iris 530 Am (Quito)<br>Radio Macarena 92.1 FM (Sto. Domingo) | <b>ORIENTE:</b><br>Radio Alegría 91.7 FM (Coca)<br>Radio Bonita Sucumbios (Lago Agrio)<br>Radio Suprema 89.3 FM (Coca)<br>Radio Arco Iris 107.3 FM |
|   | <b>LOJA:</b><br>Radio Centinela del Sur  | <b>CHIMBORAZO:</b><br>Radio Andina 106.1 FM  |

Impresos - Ficha No. 40

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Fernando Rosero

**Partido /movimiento**  
PRE

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa

**Soporte:**  
Diario Universo – sección 3A

**Formato:**  
¼ página vertical

**Fecha:**  
07 de octubre 2006

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** La pieza publicitaria, no tiene marca del candidato

**Cromática:**




Impresos - Ficha No. 41

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
León Roldós

**Partido /movimiento**  
RED - ID

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Afiche electoral

**Fecha:**  
07 de octubre 2006

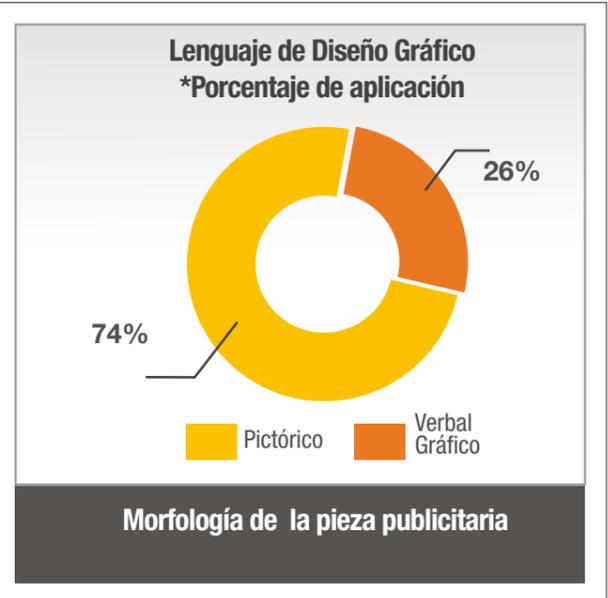
**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** La pieza publicitaria, no tiene marca del candidato

**Cromática:**



Impresos - Ficha No. 42

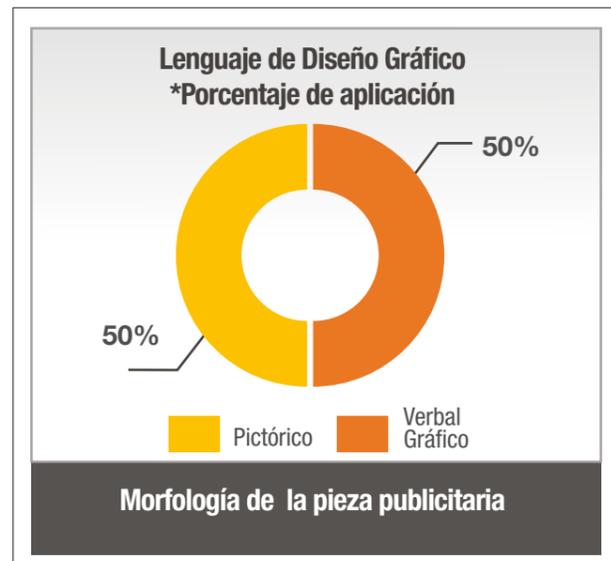


Audiovisuales- Ficha No. 43

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Luis Villacís            |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>MPD             |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta |

|  |  |
|--|--|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Medio:</b><br>Prensa                        |
|  | <b>Soporte:</b><br>Diario La Hora – Sección B8 |
|  | <b>Formato:</b><br>1/4 página horizontal       |
|  | <b>Fecha:</b><br>03 de octubre 2006            |

|   |  |
|---|--|
| <b>Tipología de la pieza publicitaria</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación del nombre</li> <li>• Establecimiento de una imagen</li> </ul> |
|---|--|



|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Signos de identidad:</b> |   |
| <b>Marca:</b>               | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 13,3% |
| <b>Cromática:</b>           |   |

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Rafael Correa                  |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Alianza País          |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta       |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo - Movimiento Alianza País |

|  |   |
|--|---|
| <b>Tipología del spot</b>                          |   |
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Contraste implícito | <b>Locaciones:</b><br>Ascensor de edificio                |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Jefe visionario           | <b>¿A quién se ve en el spot?:</b><br>Profesional, payaso |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                   |   |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2006        |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Congreso      |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:29       |



|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Signos de identidad:</b> |   |
| <b>Marca:</b>               | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,89% |
| <b>Cromática:</b>           |   |

# Mensaje de los ciudadanos al PUM

(Partidocracia Unida Mentirosa)

Audiovisuales- Ficha No. 44

## Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo - Movimiento Alianza País

## Tipología del spot

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo – de temas

**Rol simbólico:**  
Jefe visionario

**Locaciones:**  
Escenario de campaña

**Mito:**  
Nosotros y ellos

**¿A quién se ve en el spot?**  
Público que viva al candidato.

## Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Spot publicitario

**Fecha:**  
Octubre 2006

**Nombre spot:**  
Dolarización

**Duración spot:**  
00:35

## Signos de identidad:

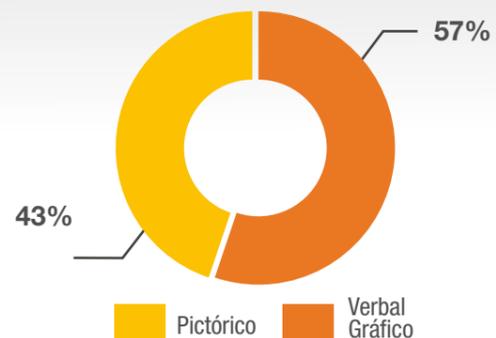
**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,89%

## Cromática:



## Lenguaje de Diseño Gráfico

\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 45

## Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo - Movimiento Alianza País

## Tipología del spot

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste implícito

**Rol simbólico:**  
El gran comunicador

**Locaciones:**  
Hogar/ casa de familia

**Mito:**  
Nosotros y ellos

**¿A quién se ve en el spot?**  
Persona de la tercera edad

## Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Spot publicitario

**Fecha:**  
Octubre 2006

**Nombre spot:**  
Fantasmas

**Duración spot:**  
00:23

## Signos de identidad:

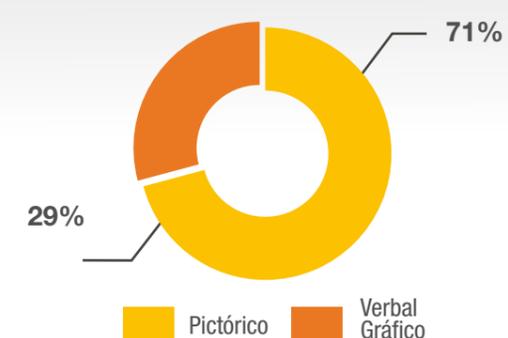
**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 16,67%

## Cromática:



## Lenguaje de Diseño Gráfico

\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 46

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Rafael Correa  
**Partido /movimiento** Alianza País  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo - Movimiento Alianza País

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:** Propuesta – apelación emocional

**Rol simbólico:** El gran comunicador  
**Locaciones:** Entorno natural  
**Mito:** Nosotros y ellos  
**¿A quién se ve en el spot?** Animales

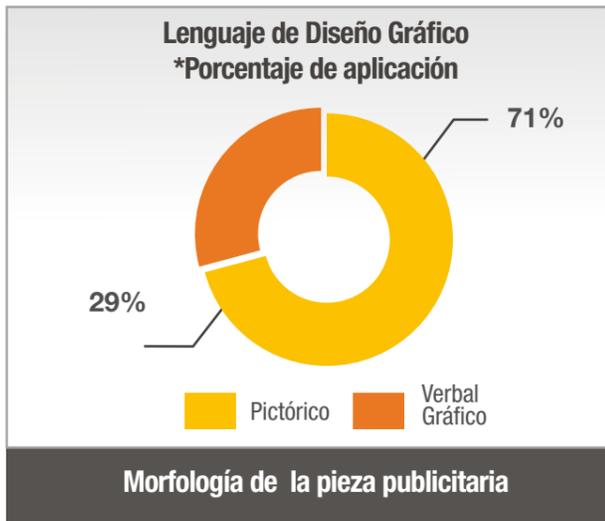
**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Octubre 2006  
**Nombre spot:** Hay políticos  
**Duración spot:** 00:27

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 7,14%

**Cromática:**



Audiovisuales- Ficha No. 47

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Rafael Correa  
**Partido /movimiento** Alianza País  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo - Movimiento Alianza País

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:** Propuesta – apelación emocional

**Rol simbólico:** El gran comunicador  
**Locaciones:** Escenario urbano  
**Mito:** Nosotros y ellos  
**¿A quién se ve en el spot?** Jóvenes

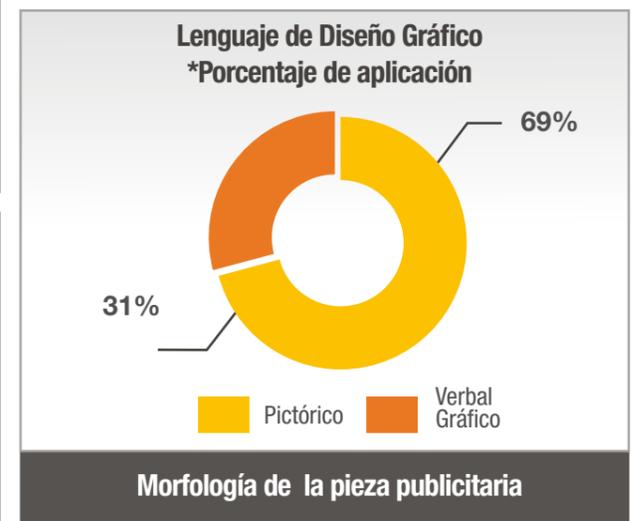
**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Octubre 2006  
**Nombre spot:** Jóvenes  
**Duración spot:** 00:52

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 11,53%

**Cromática:**





Audiovisuales- Ficha No. 48

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo - Movimiento Alianza País

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste – directo

**Rol simbólico:**  
El gran comunicador

**Locaciones:**  
Escenario de campaña

**¿A quién se ve en el spot?**  
Dirigentes políticos

**Mito:**  
Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario

**Fecha:**  
Octubre 2006

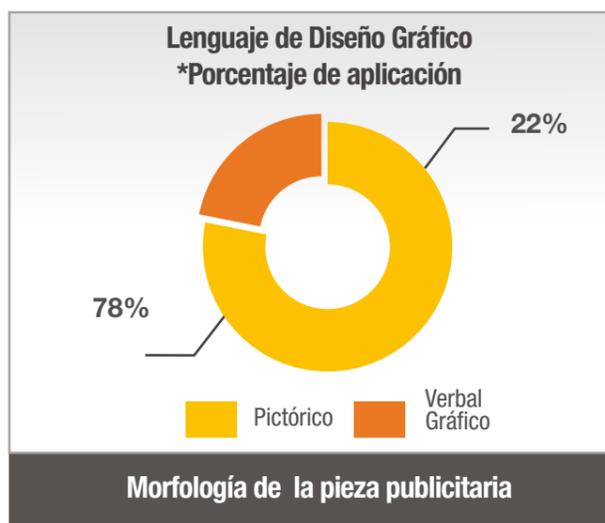
**Nombre spot:**  
León

**Duración spot:**  
00:32

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 11,53%

**Cromática:**



Audiovisuales- Ficha No. 49

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo - Movimiento Alianza País

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste – implícito

**Rol simbólico:**  
El gran comunicador

**Locaciones:**  
Entorno natural

**¿A quién se ve en el spot?**  
Animales

**Mito:**  
Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario

**Fecha:**  
Octubre 2006

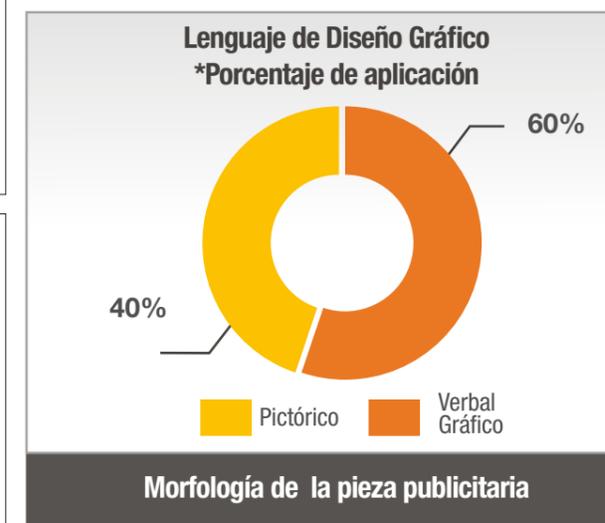
**Nombre spot:**  
León gacela

**Duración spot:**  
00:32

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 42 %

**Cromática:**





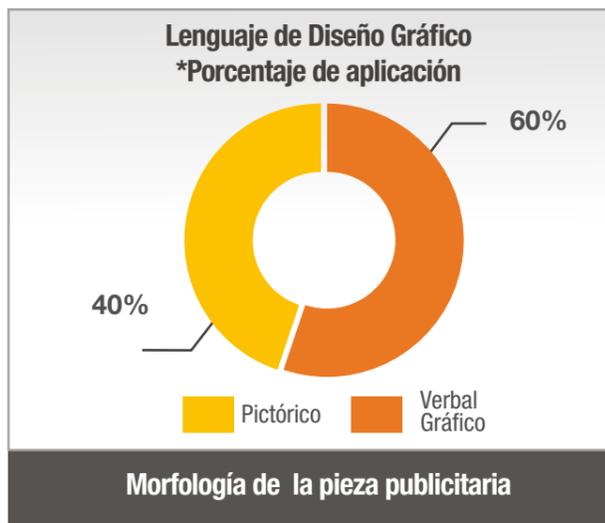
Audiovisuales- Ficha No. 50

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Rafael Correa                  |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Alianza País          |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta       |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo - Movimiento Alianza País |

| Tipología del spot                                |   |
|---|---|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Positivo -De temas |   |
| <b>Rol simbólico:</b><br>El gran comunicador      | <b>Locaciones:</b><br>Escenario de campaña              |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                  | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Dirigente indígena |

|  |  |
|--|--|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario   |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2006          |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Quecha efectivo |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:18         |
|  | <b>Signos de identidad:</b>            |

|                   |   |
|-------------------|---|
| <b>Marca:</b>     | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 27,7% |
| <b>Cromática:</b> |   |



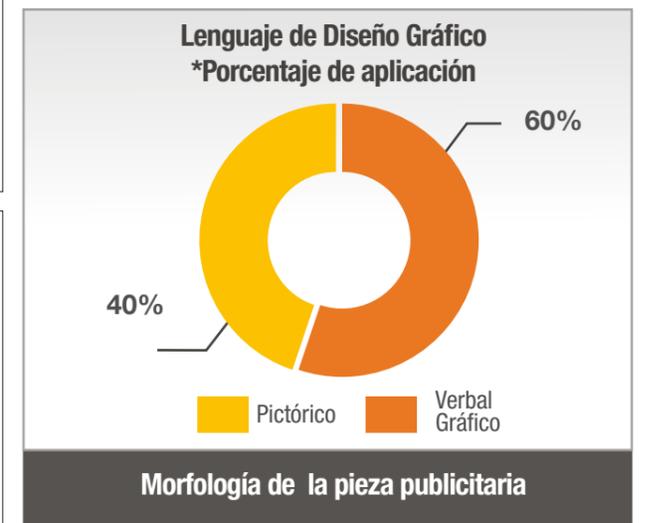
Audiovisuales- Ficha No. 51

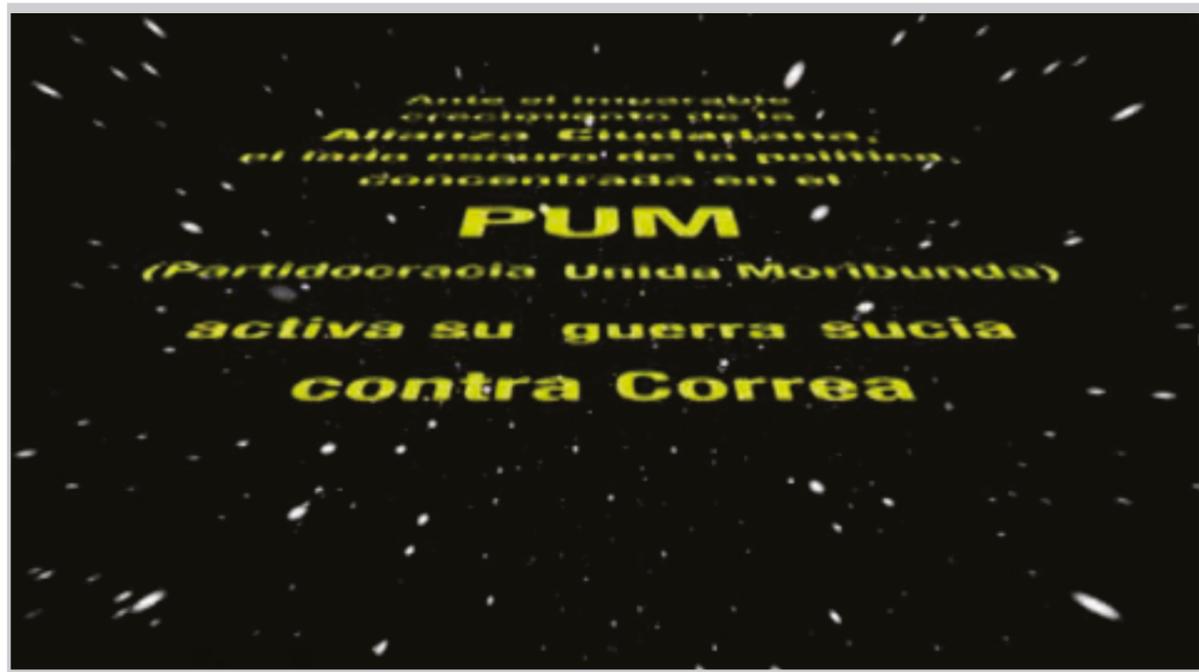
|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Rafael Correa                  |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Alianza País          |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta       |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo - Movimiento Alianza País |

| Tipología del spot  |  |
|---|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Propuesta- apelación emocional |  |
| <b>Rol simbólico:</b><br>El gran comunicador                  | <b>Locaciones:</b><br>Oficina                  |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                              | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato |

|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario  |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2006         |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Rafael y Lenín |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:29        |
|  | <b>Signos de identidad:</b>           |

|                   |   |
|-------------------|---|
| <b>Marca:</b>     | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 72,4% |
| <b>Cromática:</b> |   |





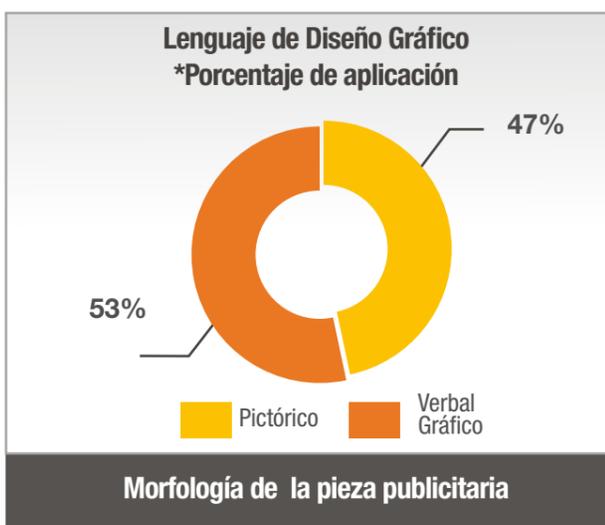
Audiovisuales- Ficha No. 52

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Rafael Correa                  |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Alianza País          |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta       |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo - Movimiento Alianza País |

| Tipología del spot  |  |
|---|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Propuesta- apelación emocional |  |
| <b>Rol simbólico:</b><br>El gran comunicador                  | <b>Locaciones:</b><br>Oficina                  |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                              | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2006        |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Star wars PUM |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:45       |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 72,4% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



Audiovisuales- Ficha No. 53

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Rafael Correa                  |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Alianza País          |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta       |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo - Movimiento Alianza País |

| Tipología del spot                                 |   |
|--|---|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Contraste implícito |   |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Jefe visionario           | <b>Locaciones:</b><br>Entorno natural         |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                   | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Animales |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2006        |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>No boa no     |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:51       |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 7,84% |
| <b>Cromática:</b>    |   |





Audiovisuales- Ficha No. 54

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento**  
PRIAN  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo - De Temas  
**Rol simbólico:** Jefe visionario  
**Locaciones:** Entorno natural  
**Mito:** Escatológico  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Profesionales, trabajadores

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

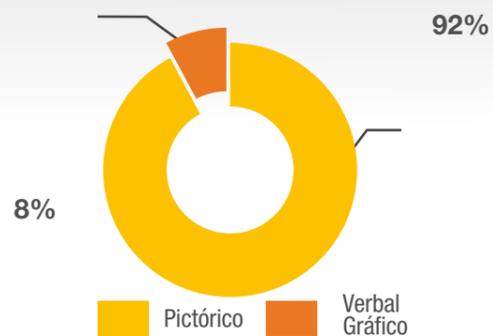
**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Octubre 2006  
**Nombre spot:**  
Ecuador ya!  
**Duración spot:**  
02:00

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 1,66%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 55

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento**  
PRIAN  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Avisos de testigo personal  
**Rol simbólico:** Jefe visionario  
**Locaciones:** Escenario urbano  
**Mito:** Nosotros y ellos  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Profesionales, trabajadores, jóvenes

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

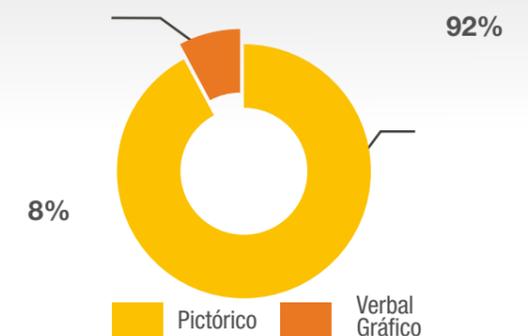
**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Octubre 2006  
**Nombre spot:**  
Usted por quien vota  
**Duración spot:**  
00:56

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 1,66%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



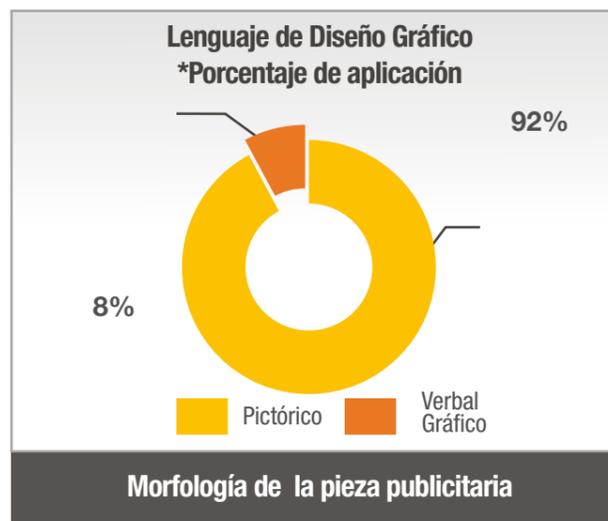
Audiovisuales- Ficha No. 56

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Álvaro Noboa                         |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>PRIAN                       |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot  |   |
|---|---|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Avisos de testigo personal |   |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Jefe visionario                  | <b>Locaciones:</b><br>Escenario urbano                                    |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                          | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Profesionales, trabajadores, jóvenes |

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario        |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2006               |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Usted por quien vota |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:56              |
|  |   |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 1,66% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



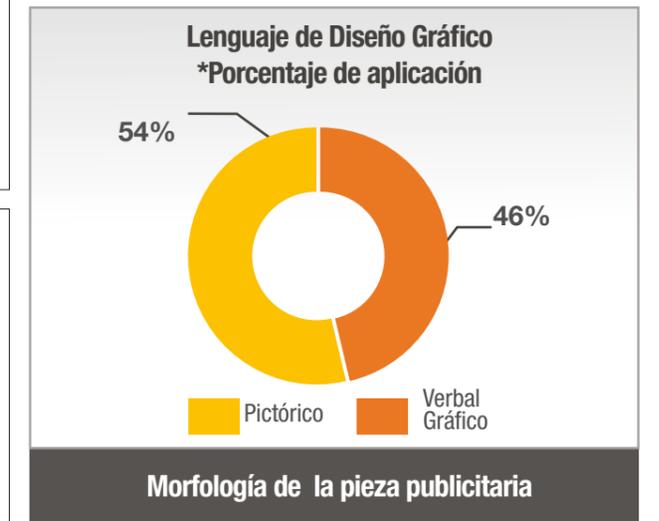
Audiovisuales- Ficha No. 57

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Álvaro Noboa                         |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>PRIAN                       |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot                                 |  |
|--|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Positivo - De Temas |  |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Primer administrador      | <b>Locaciones:</b><br>Escenario urbano         |
| <b>Mito:</b><br>Pseudomitos                        | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato |

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario    |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2006           |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Plan de vivienda |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:54          |
|  |   |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 29,6% |
| <b>Cromática:</b>    |   |





Audiovisuales- Ficha No. 58

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento** PRIAN  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:** Positivo - De Temas

**Rol simbólico:** Primer administrador  
**Locaciones:** Escenario urbano  
**¿A quién se ve en el spot?** Trabajadores  
**Mito:** Pseudomitos

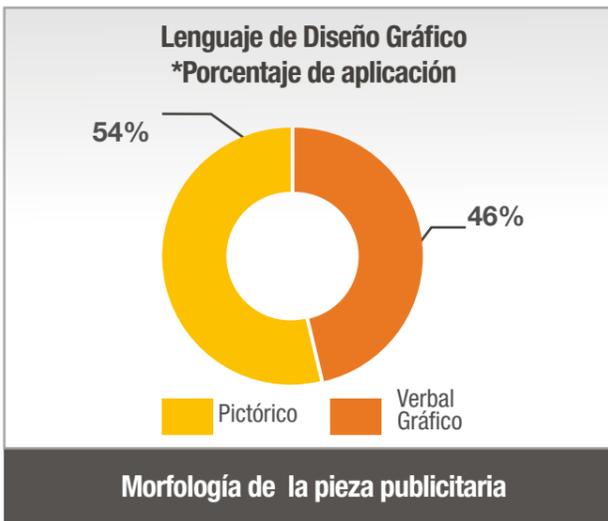
**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Octubre 2006  
**Nombre spot:** Plan de vivienda  
**Duración spot:** 00:54

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 29,6%

**Cromática:**



Audiovisuales- Ficha No. 59

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento** PRIAN  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:** Negativo-Avisos de testigo personal

**Rol simbólico:** Jefe visionario  
**Locaciones:** Escenario urbano  
**¿A quién se ve en el spot?** Trabajadores, personas de la tercera edad  
**Mito:** Nosotros y ellos

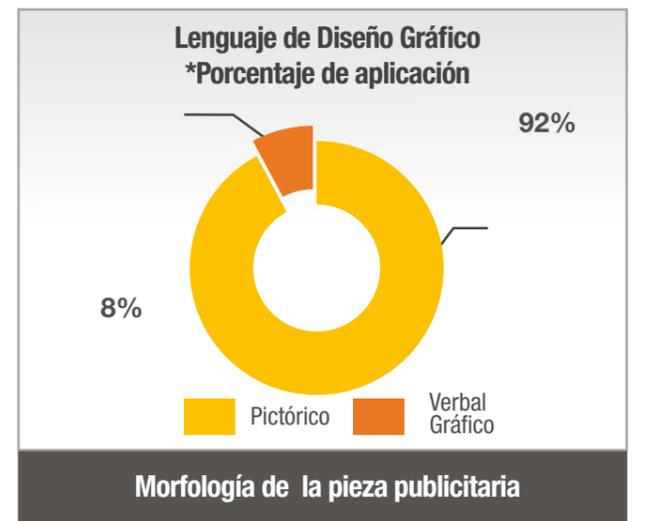
**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Octubre 2006  
**Nombre spot:** Usted por quien vota  
**Duración spot:** 01:00

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 1,66%

**Cromática:**





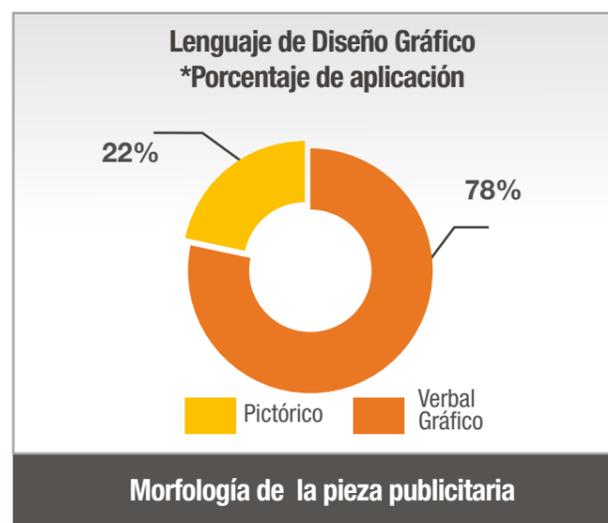
Audiovisuales- Ficha No. 60

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Marcelo Larrea                       |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>ALBA                        |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot                                      |  |
|---|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Positivo- identificación |  |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Jefe visionario                | <b>Locaciones:</b><br>Casa del candidato   |
| <b>Mito:</b><br>Maestro - fundacional                   | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato, personas con discapacidad, niños, enfermeras |

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario    |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2006           |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Plan de gobierno |
|  | <b>Duración spot:</b><br>01:00          |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 78,3% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



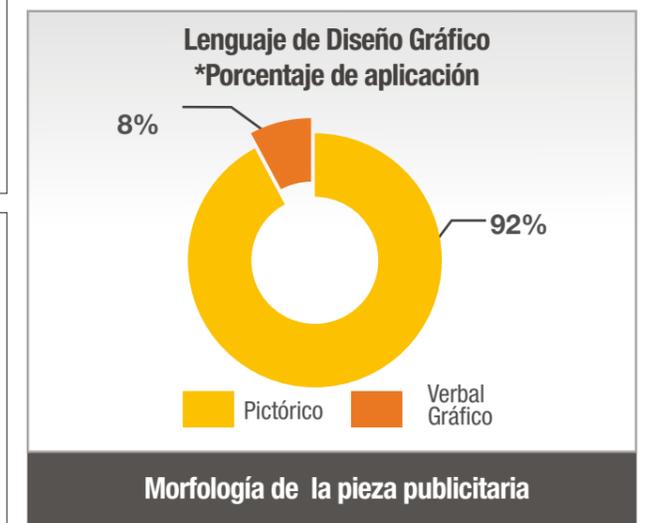
Audiovisuales- Ficha No. 61

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Cynthia Viteri                       |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>PSC                         |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot                                |  |
|---|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Positivo- De Temas |  |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Guardián de los valores  | <b>Locaciones:</b><br>Escenario de campaña   |
| <b>Mito:</b><br>Pseudomito - Derechos de la mujer | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato, mujeres, niños, jóvenes, estudiantes |

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario    |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2006           |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Plan de gobierno |
|  | <b>Duración spot:</b><br>01:51          |

| Signos de identidad: |  |
|----------------------|--|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 4,5% |
| <b>Cromática:</b>    |  |





Audiovisuales- Ficha No. 62

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Gilmar Gutiérrez

**Partido /movimiento**  
Sociedad Patriótica

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo- Identificación

**Rol simbólico:**  
El jefe visionario

**Locaciones:**  
Casa del candidato, escenario de campaña

**Mito:**  
Pseudomito

**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato, multitudes

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario

**Fecha:**  
Octubre 2006

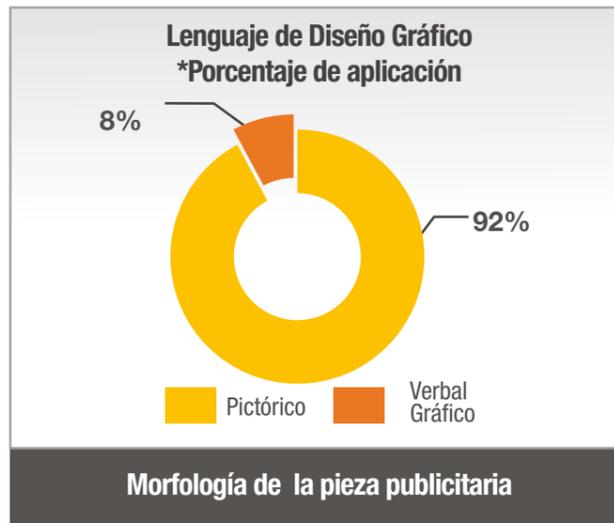
**Nombre spot:**  
Plan de gobierno

**Duración spot:**  
02:00

**Signos de identidad:**

**Marca:**  
En la pieza publicitaria, no existe presencia de marca

**Cromática:**



Audiovisuales- Ficha No. 63

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Fernando Rosero

**Partido /movimiento**  
PRE

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo- carácter mítico

**Rol simbólico:**  
El jefe visionario

**Locaciones:**  
Casa del candidato, escenario de campaña

**Mito:**  
Pseudomito

**¿A quién se ve en el spot?**  
Público que viva al candidato, Lider del partido (Abdalá Bucaram), niños

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario

**Fecha:**  
Octubre 2006

**Nombre spot:**  
Vota 10

**Duración spot:**  
00:22

**Signos de identidad:**

**Marca:**  
En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 31,8%

**Cromática:**



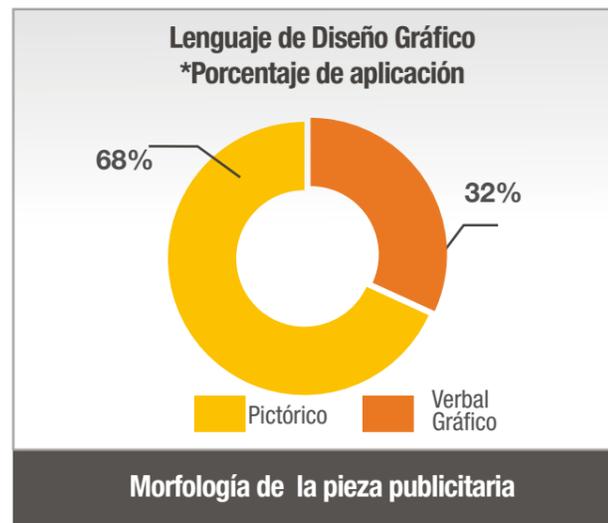


Audiovisuales- Ficha No.64

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Fernando Rosero                      |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>PRE                         |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot                                |  |
|---|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Positivo- de temas |  |
| <b>Rol simbólico:</b><br>El jefe visionario       | <b>Locaciones:</b><br>Casa del candidato       |
| <b>Mito:</b><br>Pseudomito                        | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2006        |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Vota 10       |
|  | <b>Duración spot:</b><br>01:42       |



| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 31,8% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



Audiovisuales- Ficha No.65

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Fernando Rosero                      |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>PRE                         |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot                                       |   |
|--|---|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Positivo- carácter mítico |   |
| <b>Rol simbólico:</b><br>El jefe visionario              | <b>Locaciones:</b><br>Aeropuerto, País extranjero         |
| <b>Mito:</b><br>Pseudomito – Nosotros y ellos            | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato , viajeros |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Octubre 2006        |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Vota 10       |
|  | <b>Duración spot:</b><br>01:42       |



| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,34% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



Audiovisuales- Ficha No.66

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
León Roldós

**Partido /movimiento**  
ID - Red

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo- identificación

**Locaciones:**  
Cancha de fútbol

**Rol simbólico:**  
El jefe visionario

**¿A quién se ve en el spot?**  
Jóvenes

**Mito:**  
Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario

**Fecha:**  
Octubre 2006

**Nombre spot:**  
Cancha

**Duración spot:**  
00:38

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 10,52%

**Cromática:**



Audiovisuales- Ficha No. 67

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
León Roldós

**Partido /movimiento**  
ID - Red

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo- de temas

**Locaciones:**  
Entorno natural

**Rol simbólico:**  
Guardián de los valores

**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato, Jóvenes

**Mito:**  
Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario

**Fecha:**  
Octubre 2006

**Nombre spot:**  
Dejémonos de probar

**Duración spot:**  
00:20

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 15%

**Cromática:**





Audiovisuales- Ficha No. 67

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Carlos Sagnay

**Partido /movimiento**  
Integración Alfariista

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo- de temas

**Locaciones:**  
Oficina

**Rol simbólico:**  
Guardián de los valores

**¿A quién se ve en el spot?**  
Trabajadores

**Mito:**  
Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario

**Fecha:**  
Octubre 2006

**Nombre spot:**  
Plan de Gobierno

**Duración spot:**  
02:00

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 15%

**Cromática:**



Audiovisuales- Ficha No. 68

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Luis Villacís

**Partido /movimiento**  
MPD

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo- de temas

**Locaciones:**  
Escenario urbano,

**Rol simbólico:**  
Primer administrador

**¿A quién se ve en el spot?**  
Niños , público que viva al candidato

**Mito:**  
Mantenimiento

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario

**Fecha:**  
Octubre 2006

**Nombre spot:**  
Plan de Gobierno

**Duración spot:**  
00:26

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 38,46%

**Cromática:**





Impresos - Ficha No.69

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Segunda vuelta

**Fuente:**  
Archivo- Movimiento País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Flyer

**Fecha:**  
Noviembre 2006

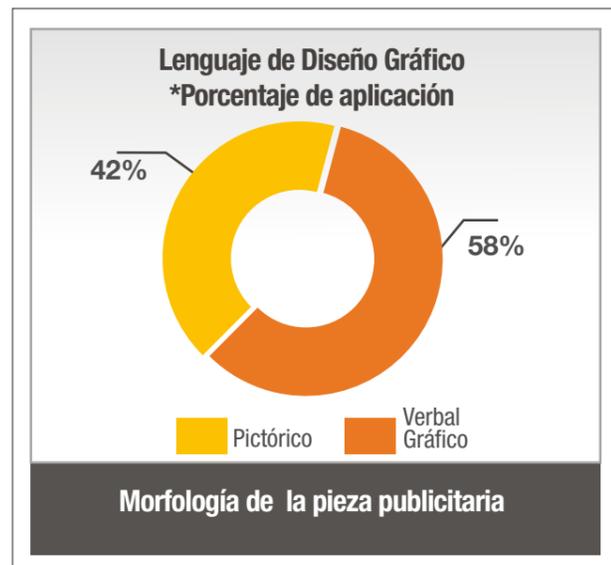
**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**



Impresos - Ficha No. 70

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Segunda vuelta

**Fuente:**  
Archivo- Movimiento País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Flyer

**Fecha:**  
Noviembre 2006

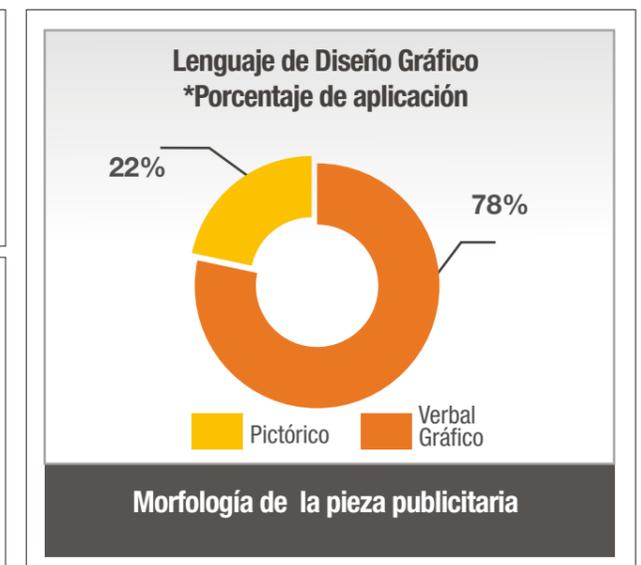
**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**



## De la Revolución Liberal a la Revolución Ciudadana

Manabí tiene en *Rafael Correa Delgado* al montonero moderno que combatirá a los sectores oligárquicos y corruptos que han hecho del Ecuador su hacienda.

*Rafael Correa Delgado* propone un TLC con todos los países que negocien en igualdad de condiciones, para proteger tus gallinitas y tu maíz.

*Rafael Correa Delgado* defenderá la pesca artesanal haciendo cumplir la ley.

*Rafael Correa Delgado* hará cumplir el precio oficial del plátano.

*Rafael Correa Delgado* generará empleo impulsando la agroindustria con proyectos para producir biocombustibles.

Con *Rafael Correa Delgado* el manejo del agua será prioritario: riego y agua potable para todos.

*Rafael Correa Delgado* impulsará la Refinería de Jaramijó.

*Rafael Correa Delgado* implementará el Aeropuerto Internacional de Transferencia de Manta cuando salgan los gringos en el 2009

En el gobierno de *Rafael Correa Delgado*, Manabí tendrá un Ministro de Obras Públicas manabita, para que su red vial sea un modelo en Ecuador.

**"Dónde impera la desmoralización y el robo es imposible la República"**  
Eloy Alfaro Delgado



## RAFAEL CORREA DELGADO sangre de don Eloy

Rafael Correa Delgado es sobrino bisnieto del héroe de América y el mejor ecuatoriano de todos los tiempos: don Eloy Alfaro Delgado



### Árbol Genealógico



Con Correa presidente vuelve Alfaro al poder!

Impresos - Ficha No. 71

35 PAIS

# Pasión por la Patria!



Dale Correa! estamos contigo!

Impresos - Ficha No. 72

### Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:** Rafael Correa  
**Partido /movimiento:** Alianza País  
**Contienda electoral:** Segunda vuelta  
**Fuente:** Archivo- Movimiento País

### Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:** Flyer  
**Fecha:** Noviembre 2006

### Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:** Rafael Correa  
**Partido /movimiento:** Alianza País  
**Contienda electoral:** Segunda vuelta  
**Fuente:** Archivo- Movimiento País

### Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:** Flyer  
**Fecha:** Noviembre 2006

### Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Presentación biográfica
- Establecimiento de una imagen

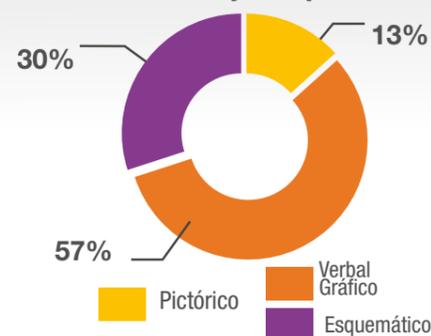
### Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

### Cromática:



### Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria

### Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

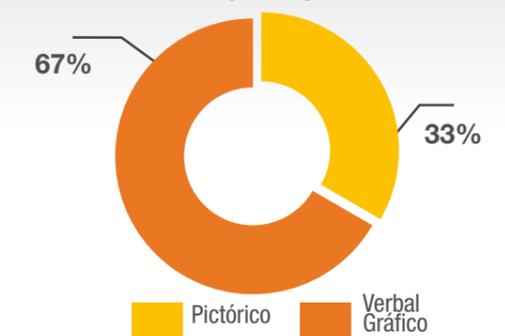
### Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%

### Cromática:



### Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No. 73

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Segunda vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Movimiento País

**Dale Desarrollo**

**"Duplicaremos" el Bono de Desarrollo a \$30 dólares**

**Mejoraremos la Educación en el País**

**Salud de Calidad para todos**

**Dale Trabajo**

**Créditos Baratos, mínimos intereses y plazos más largos.**

**Dale Vivienda**

**"Aumentaremos" el Bono de Vivienda a \$3.600**

**Bono Plan Contra la Pobreza**

**Crédito para Construcción y mejoramiento**

**Bono Vivencial**

3.600

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Triptico  
**Fecha:**  
Noviembre 2006

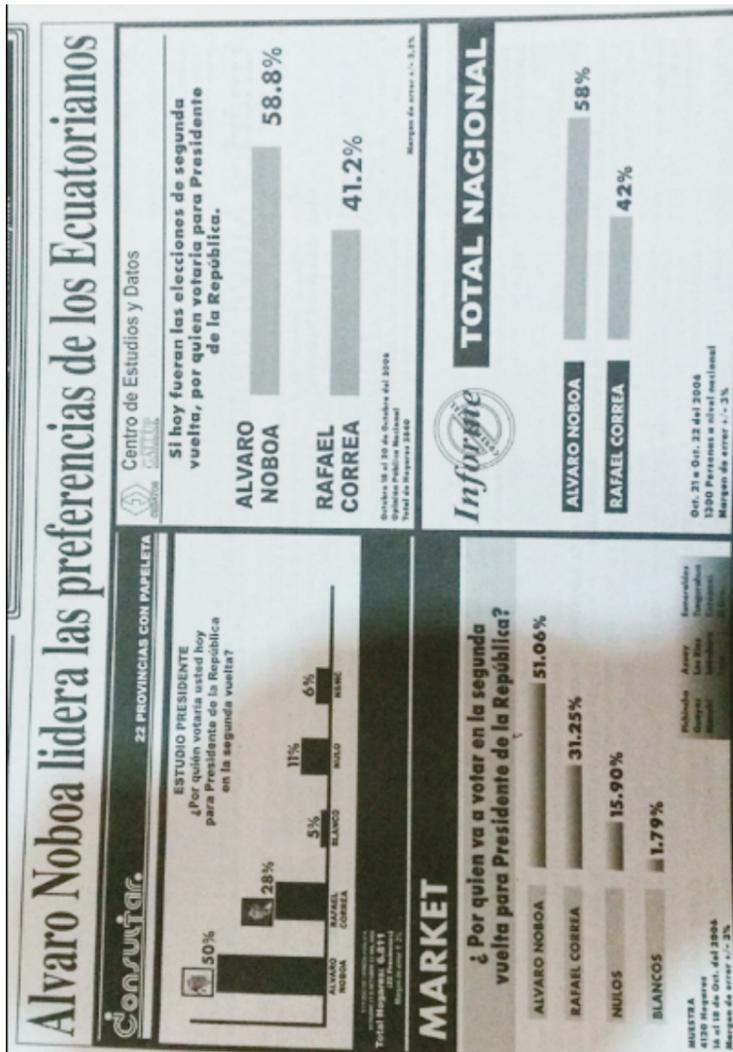
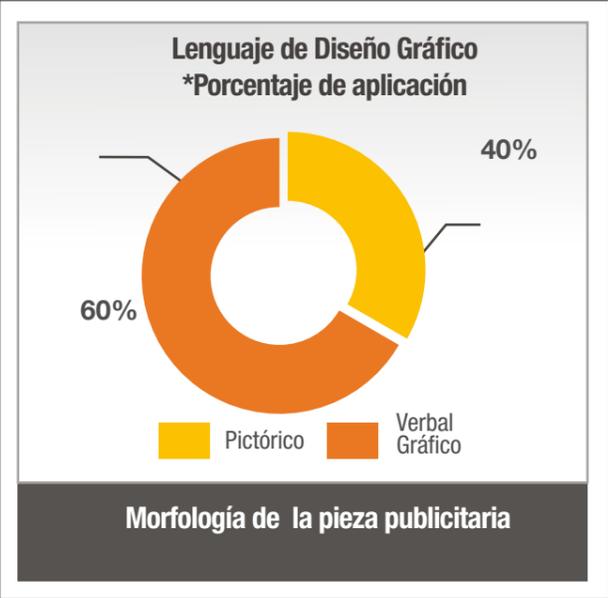
**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 10%

**Cromática:**



Impresos - Ficha No. 74

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento**  
PRIAN  
**Contienda electoral:**  
Segunda vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario El Universo – sección 4A  
**Formato:**  
3/4 página horizontal  
**Fecha:**  
Noviembre 2006

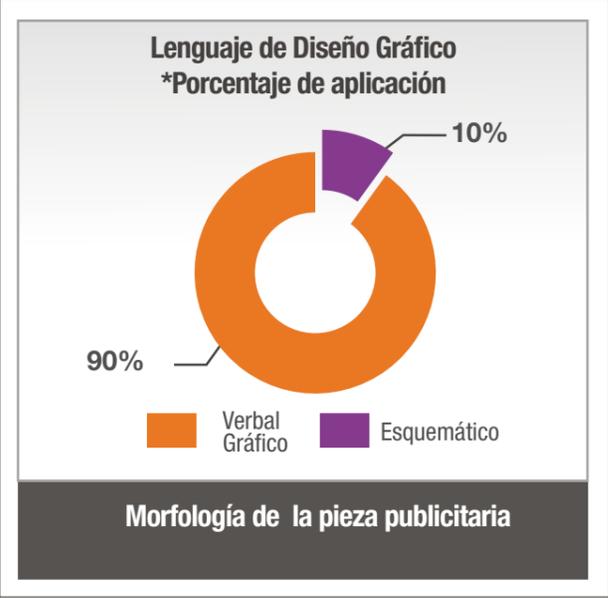
**Tipología de la pieza publicitaria**

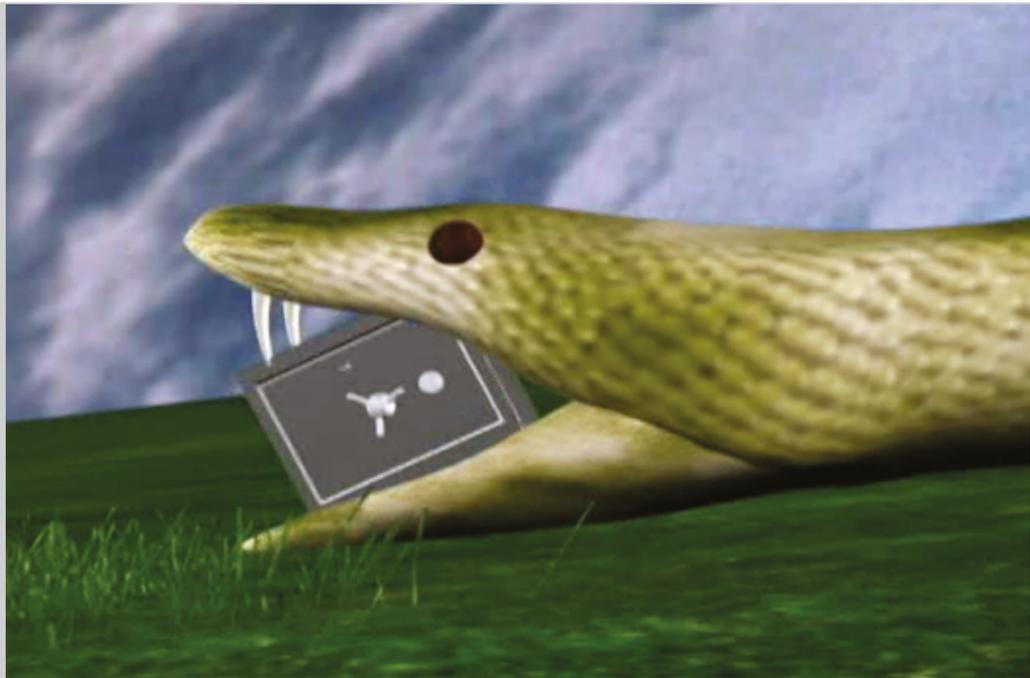
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** La pieza publicitaria, no cuenta con marca.

**Cromática:**





Audiovisuales- Ficha No. 75

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Segunda vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Movimiento País

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste - implícito  
**Locaciones:**  
Escenario natural, escenario de campaña  
**Rol simbólico:**  
El jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Animales, público que viva al candidato  
**Mito:**  
Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

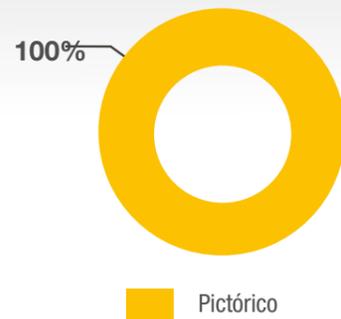
**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Noviembre 2006  
**Nombre spot:**  
No boa no  
**Duración spot:**  
00:20

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 15%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico**  
\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 76

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Segunda vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Movimiento País

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste - implícito  
**Locaciones:**  
Escenario urbano  
**Rol simbólico:**  
El jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Niños, mujeres  
**Mito:**  
Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

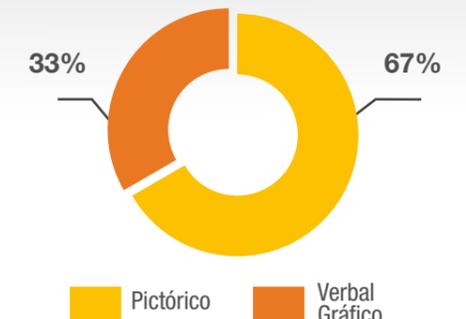
**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Noviembre 2006  
**Nombre spot:**  
Carrusel  
**Duración spot:**  
00:39

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 15%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico**  
\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria

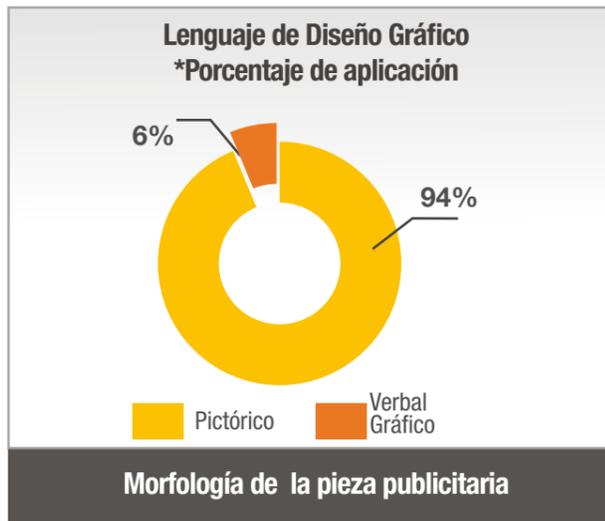


Audiovisuales- Ficha No. 77

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Rafael Correa            |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Alianza País    |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Segunda vuelta |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Movimiento País     |

| Tipología del spot                                   |   |
|--|---|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Contraste - implícito | <b>Locaciones:</b><br>Escenario de campaña, entorno natural, escenario urbano                           |
| <b>Rol simbólico:</b><br>El primer administrador     | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Público que viva al candidato, personas de la Tercera Edad, niños, |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                     |   |

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario          |
|  | <b>Fecha:</b><br>Noviembre 2006               |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Cierre elecciones 2006 |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:46                |



| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 4,16% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



Audiovisuales- Ficha No. 78

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Rafael Correa            |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Alianza País    |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Segunda vuelta |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Movimiento País     |

| Tipología del spot                                 |  |
|--|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Contraste - directo | <b>Locaciones:</b><br>Casa del candidato       |
| <b>Rol simbólico:</b><br>El primer administrador   | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                   |  |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Noviembre 2006      |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Mensaje 2006  |
|  | <b>Duración spot:</b><br>05:22       |



| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 95% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



Audiovisuales- Ficha No. 79

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Rafael Correa            |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Alianza País    |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Segunda vuelta |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Movimiento País     |

| Tipología del spot                                 |  |
|--|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Contraste implícito | <b>Locaciones:</b><br>Oficina                      |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Guardián de los valores   | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Profesionales |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                   |  |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Noviembre 2006      |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Corrupción    |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:28       |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 20,6% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



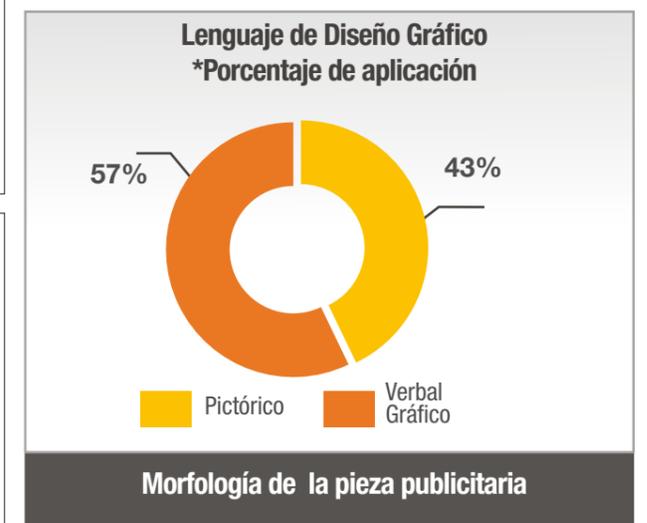
Audiovisuales- Ficha No. 80

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Rafael Correa            |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Alianza País    |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Segunda vuelta |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Movimiento País     |

| Tipología del spot                                 |  |
|--|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Contraste implícito | <b>Locaciones:</b><br>Casa del candidato                           |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Jefe visionario           | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Público que viva al candidato |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                   |  |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Noviembre 2006      |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Energía       |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:34       |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 5,88% |
| <b>Cromática:</b>    |   |





Audiovisuales- Ficha No. 81

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Rafael Correa  
**Partido /movimiento** Alianza País  
**Contienda electoral:** Segunda vuelta  
**Fuente:** Archivo-Movimiento País

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:** Contraste directo  
**Locaciones:** Casa del candidato  
**Rol simbólico:** Figura paterna  
**¿A quién se ve en el spot?** Público que viva al candidato  
**Mito:** Nosotros y ellos

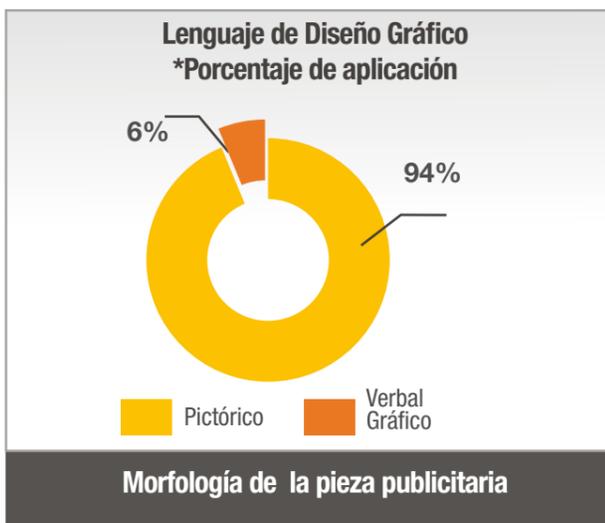
**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Noviembre 2006  
**Nombre spot:** Familia  
**Duración spot:** 00:51

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,84%

**Cromática:**



Audiovisuales- Ficha No. 82

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Rafael Correa  
**Partido /movimiento** Alianza País  
**Contienda electoral:** Segunda vuelta  
**Fuente:** Archivo-Movimiento País

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:** Contraste directo  
**Locaciones:** Casa del candidato  
**Rol simbólico:** Figura paterna  
**¿A quién se ve en el spot?** Familia, público que viva al candidato  
**Mito:** Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Noviembre 2006  
**Nombre spot:** Familia  
**Duración spot:** 00:52

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 7,54%

**Cromática:**





Audiovisuales- Ficha No. 83

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Rafael Correa            |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Alianza País    |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Segunda vuelta |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Movimiento País     |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Noviembre 2006      |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Saltarín      |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:38       |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Signos de identidad:</b> |  |
| <b>Marca:</b>               | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 15,38% |
| <b>Cromática:</b>           |  |

|  |   |
|--|---|
| <b>Tipología del spot</b>                          |   |
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Contraste implícito | <b>Locaciones:</b><br>Escenario natural       |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Jefe visionario           | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Opositor |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                   |   |



Audiovisuales- Ficha No. 84

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Rafael Correa            |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Alianza País    |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Segunda vuelta |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Movimiento País     |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Noviembre 2006      |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Socio País    |
|  | <b>Duración spot:</b><br>01:00       |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Signos de identidad:</b> |  |
| <b>Marca:</b>               | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6% |
| <b>Cromática:</b>           |  |

|   |  |
|---|--|
| <b>Tipología del spot</b>                         |  |
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Positivo- De Temas | <b>Locaciones:</b><br>Lugar de trabajo             |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Jefe visionario          | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Profesionales |
| <b>Mito:</b><br>Mantenimiento                     |  |





Audiovisuales- Ficha No. 85

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:** Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento** PRIAN  
**Contienda electoral:** Segunda vuelta  
**Fuente:** Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

Tipología del spot

**Por tipo de anuncio:** Positivo- De Temas  
**Locaciones:** Escenario de campaña  
**Rol simbólico:** El Héroe  
**¿A quién se ve en el spot?** Público que viva el candidato  
**Mito:** Nosotros y ellos

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Noviembre 2006  
**Duración spot:** 01:34

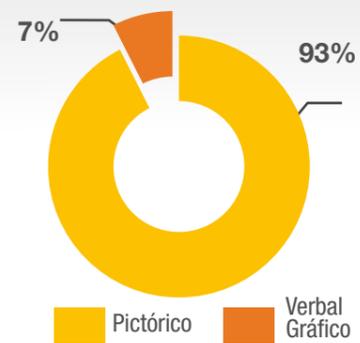
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 7,44%

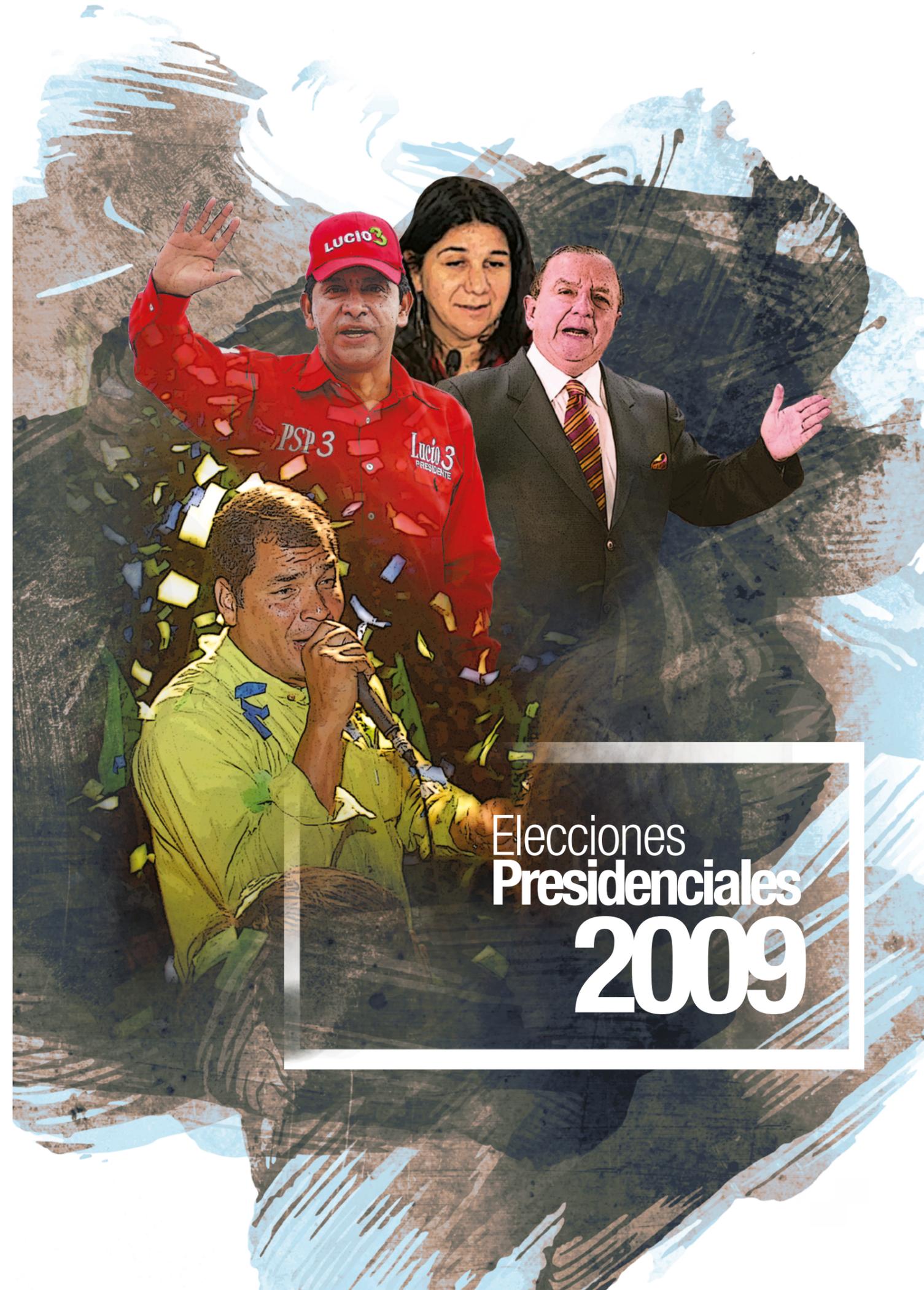
Cromática:



Lenguaje de Diseño Gráfico  
 \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria





# Campaña 2009:

## Una breve mirada

En el año 2009, concluyó el proceso de reforma, definido como mandato, a raíz del referéndum de aprobación de la Constitución elaborada por la Asamblea Constituyente, en noviembre 2008. (Pachano S. , 2010)

Con la vigencia de esta Constitución, se llevaron a cabo elecciones para elegir Presidente y Vicepresidente de la República, el domingo 26 de abril de 2009, en la que participaron, ocho binomios presidenciales. Como lo menciona (Pachano S. , 2010), con esta elección se rompió la tradición desde 1979, de definir el vencedor de la contienda electoral, a través de una segunda vuelta, cuya victoria le correspondió al Presidente de la República en funciones, Ec. Rafael Correa.

# Resultados:

**Tabla 9.**  
**Resultados elecciones Ecuador 2009 – 1era vuelta**

| <i>Candidato</i> | <i>Partido</i> | <i>Votos</i> | <i>Porcentaje</i> |
|------------------|----------------|--------------|-------------------|
| Rafael Correa    | AP             | 3.586.439    | 52,0              |
| Lucio Gutiérrez  | PSP            | 1.947.830    | 28,2              |
| Álvaro Noboa     | PRIAN          | 786.718      | 11,4              |
| Martha Roldós    | RED            | 298.765      | 4,3               |
| Carlos Sagnay    | MTM            | 108.079      | 1,6               |
| Melba Jácome     | MTF            | 93.146       | 0,6               |
| Carlos González  | MITS           | 33.714       | 0,5               |
| Total            |                | 6.897.912    | 100               |

Fuente: Consejo Nacional Electoral  
Elaboración propia

En las siguientes páginas consta las piezas publicitarias impresas, y audiovisuales diseñadas para dicho periodo.



Impresos - Ficha No.86

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo- Movimiento País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Afi che electoral

**Fecha:**  
Abril 2009

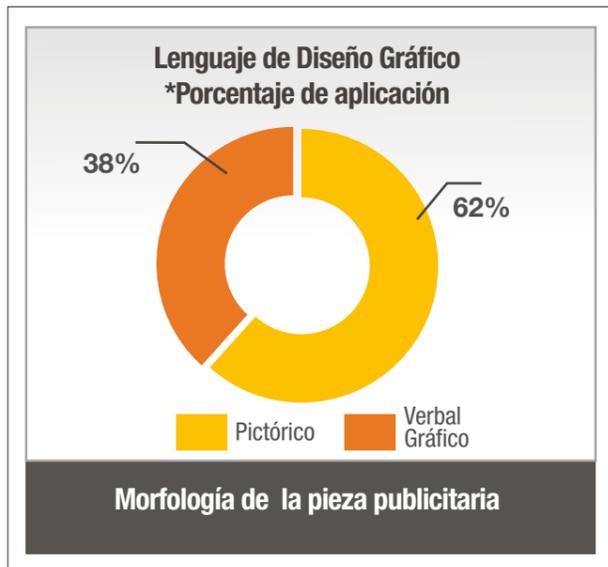
**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Realización de ataques

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**



Impresos - Ficha No. 87

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo- Movimiento País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Volante

**Fecha:**  
Noviembre 2006

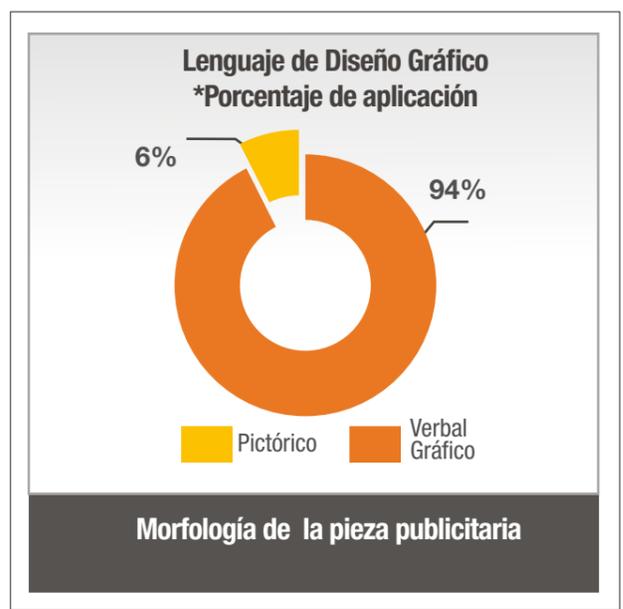
**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Refuerzo

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**





Impresos - Ficha No.88

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo- Movimiento País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Afiche electoral

**Fecha:**  
Abril 2009

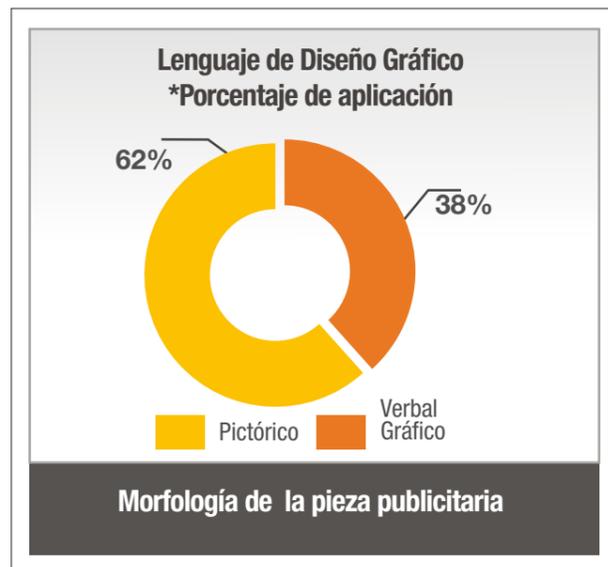
**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Refuerzo
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 15%

**Cromática:**



Impresos - Ficha No.89

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo- Movimiento País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Sticker

**Fecha:**  
Abril 2009

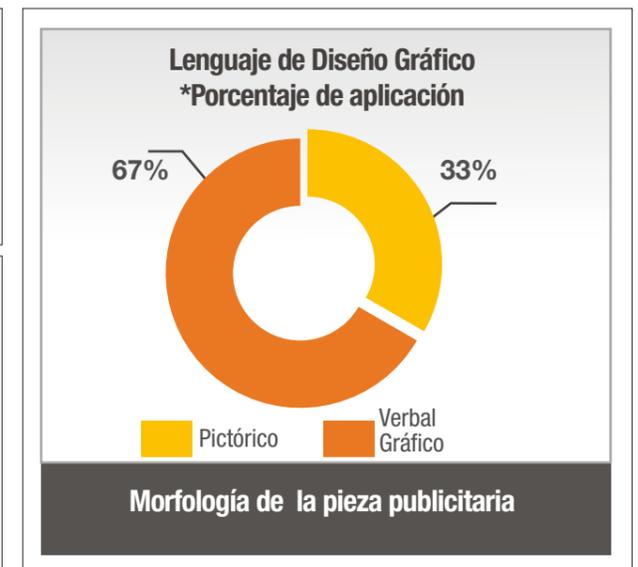
**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 15%

**Cromática:**





Impresos - Ficha No. 90

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo- Movimiento País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Sticker

**Fecha:**  
Abril 2009

**Tipología de la pieza publicitaria**

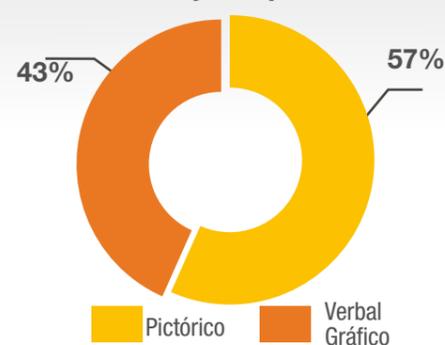
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 13,33%



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 91

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Lucio Gutiérrez

**Partido /movimiento**  
Sociedad Patriótica

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo- Movimiento País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa

**Soporte:**  
Diario La Hora – sección B9

**Formato:**  
¼ página vertical

**Tipología de la pieza publicitaria**

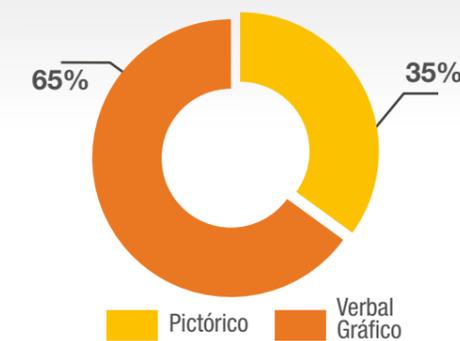
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen
- Presentación biográfica

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 92



Impresos - Ficha No. 93

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Lucio Gutiérrez

**Partido /movimiento**  
Sociedad Patriótica

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa

**Soporte:**  
Diario La Hora – sección B15

**Formato:**  
¼ página horizontal

**Fecha:**  
Abril 2009

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Álvaro Noboa

**Partido /movimiento**  
PRIAN

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Afiche electoral

**Fecha:**  
Abril 2009

**Tipología de la pieza publicitaria**

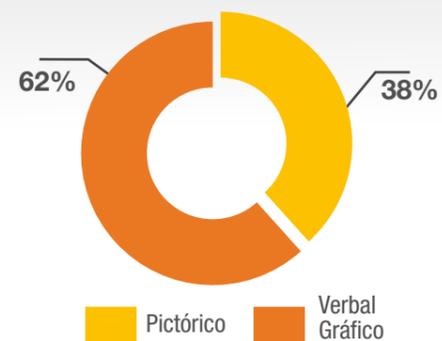
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 20 %

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**

**Tipología de la pieza publicitaria**

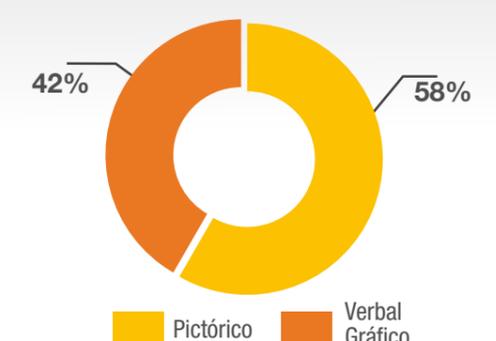
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 10%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**

rgo, el  
elantó  
apitán  
de sus

erar al  
trar su  
nutos,  
Walcott  
os des-  
ichael

cia se  
parti-  
media  
bilitar  
ero co-  
preva-  
so An-



Impresos - Ficha No. 94

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento**  
PRIAN  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario El Comercio  
- pág 27  
**Formato:**  
Talón  
**Fecha:**  
Abril 2009

**Tipología de la pieza publicitaria**

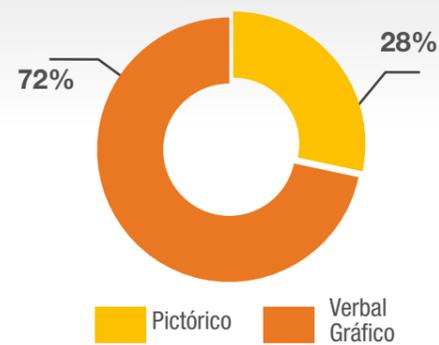
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



Morfología de la pieza publicitaria

**Tipología de la pieza publicitaria**

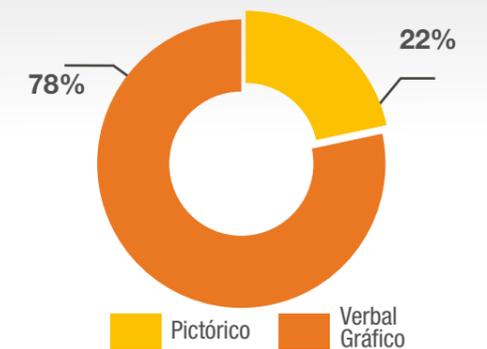
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



Morfología de la pieza publicitaria

Impresos - Ficha No. 95

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento**  
PRIAN  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario La Hora –  
sección B3  
**Formato:**  
¼ página vertical  
**Fecha:**  
Abril 2009

contra- que el sistema tiene más inconvenientes que ventajas. Manabí para que... tre y rehabilite varias rutas.

razón  
5 del  
ende  
lo lo  
n di-  
cies,  
por  
dijo.

SS,  
oría  
dis-  
de  
ren  
no  
pe-  
las  
ial

g-  
es  
i-  
te  
e  
o

g-  
es  
i-  
te  
e  
o

**HOY DE 17H30 A 18H30**

**ÁLVARO NOBOA EN CONVERSATORIO POR**

| RADIOS:                          | Frecuencia |
|----------------------------------|------------|
| SONORAMA                         | 103.7 FM   |
| CRISTAL DE GUAYAQUIL             | 870 AM     |
| TARQUI                           | 990 AM     |
| ESCANDALO DE PORTOVIEJO          | 103.7 FM   |
| BAHÍA ESTÉREO DE MANABÍ          | 90.5 FM    |
| NAÚTICA DE SALINAS               | 97.3 FM    |
| OLÍMPICA DE SUCUMBIOS            | 93.3 FM    |
| LA JUNGLA DE ORELLANA            | 94.3 FM    |
| MUSICAL DEL COCA                 | 96.7 FM    |
| RADIO SIBIMBE DE LOS RÍOS        | 105.1 FM   |
| RADIO LIBRE DE LOS RÍOS          | 93.9 FM    |
| LA VOZ DE LA ESMERALDAS ORIENTAL |            |
| CANELA MORONA SANTIAGO           | 103.7 FM   |





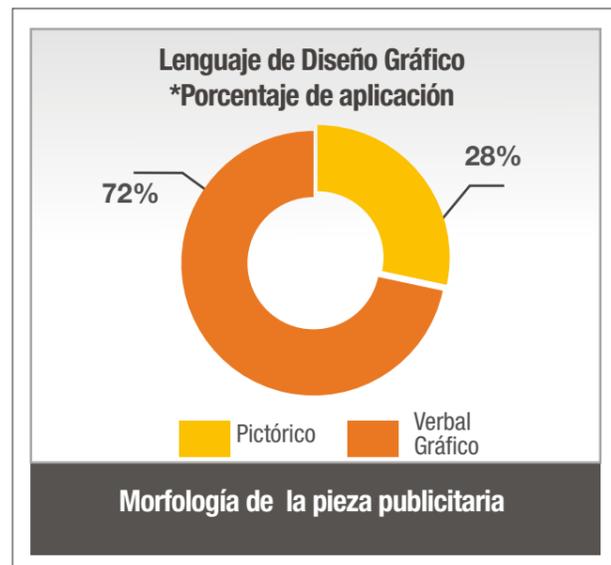
Impresos - Ficha No. 96

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Álvaro Noboa             |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>PRIAN           |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta |

|  |  |
|--|--|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Medio:</b><br>Prensa                                  |
|  | <b>Soporte:</b><br>Diario El Comercio – sección Política |
|  | <b>Formato:</b><br>Talón                                 |
|  | <b>Fecha:</b><br>Abril 2009                              |

|   |                                 |
|---|---------------------------------|
| <b>Tipología de la pieza publicitaria</b> | • Identificación del nombre     |
|   | • Establecimiento de una imagen |

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Signos de identidad:</b> |   |
| <b>Marca:</b>               | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,33% |
| <b>Cromática:</b>           |   |



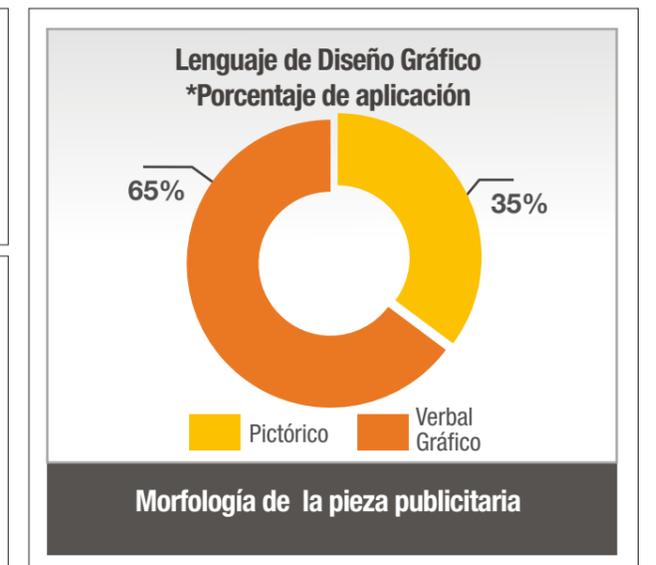
Impresos - Ficha No. 97

|  |  |
|--|--|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Martha Roldós                 |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>RED-Polo Democrático |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta      |

|  |  |
|--|--|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Medio:</b><br>Prensa                            |
|  | <b>Soporte:</b><br>Diario Últimas Noticias – pág 7 |
|  | <b>Formato:</b><br>¼ página vertical               |

|   |                                 |
|---|---------------------------------|
| <b>Tipología de la pieza publicitaria</b> | • Identificación del nombre     |
|   | • Establecimiento de una imagen |

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Signos de identidad:</b> |   |
| <b>Marca:</b>               | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66% |
| <b>Cromática:</b>           |   |





Impresos - Ficha No. 98



Impresos - Ficha No. 99

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Martha Roldós  
**Partido /movimiento**  
RED-Polo Democrático  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario Universo –  
Actualidad pág 5  
**Formato:**  
Talón

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Melba Jácome  
**Partido /movimiento**  
Tierra Fértil  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario El Comercio  
–pág 16  
**Formato:**  
¼ página horizontal  
**Fecha:**  
06 de abril de 2009

**Tipología de la pieza publicitaria**

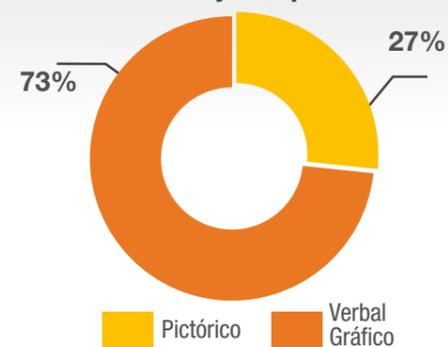
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 13,33%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**

**Tipología de la pieza publicitaria**

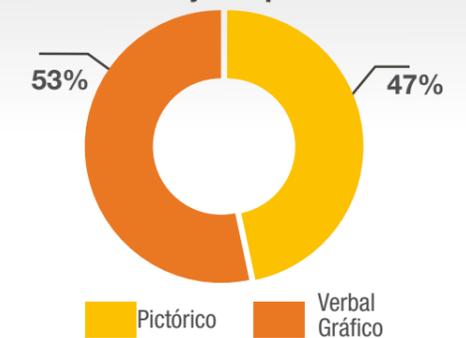
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

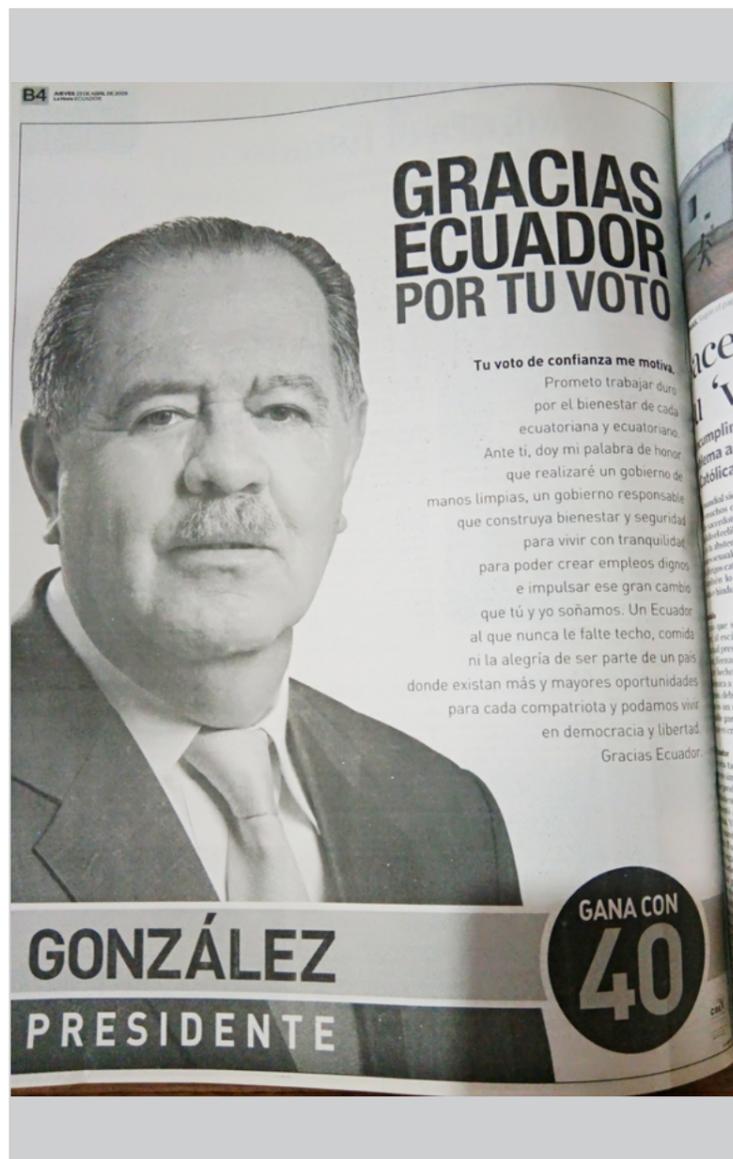
**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 13,33%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No.100

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Carlos González

**Partido /movimiento**  
Movimiento Independiente Justo y Solidario

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa

**Soporte:**  
Diario La Hora – Sección B4

**Formato:**  
Página completa

**Fecha:**  
23 de abril 2009

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%

**Cromática:**



**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Carlos González

**Partido /movimiento**  
Movimiento Independiente Justo y Solidario

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa

**Soporte:**  
Diario El Comercio – página 14

**Formato:**  
½ página Publireportaje

**Fecha:**  
08 de abril de 2009

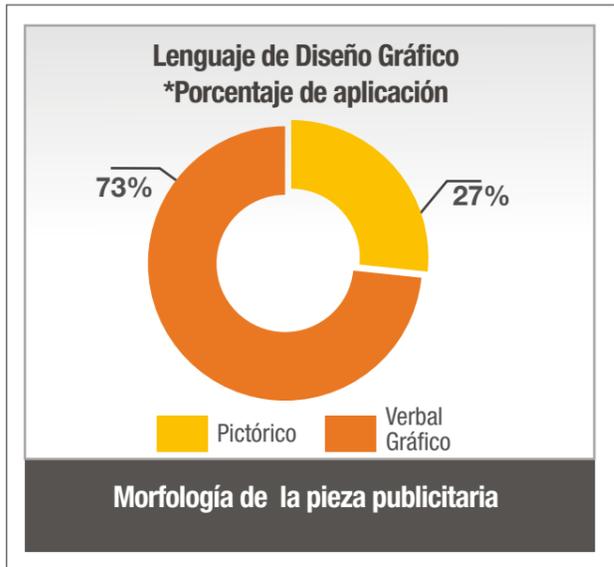
**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 1,66%

**Cromática:**





Impresos - Ficha No. 102



Impresos - Ficha No. 102

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Diego Delgado                                |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Integración y Transformación Social |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta                     |

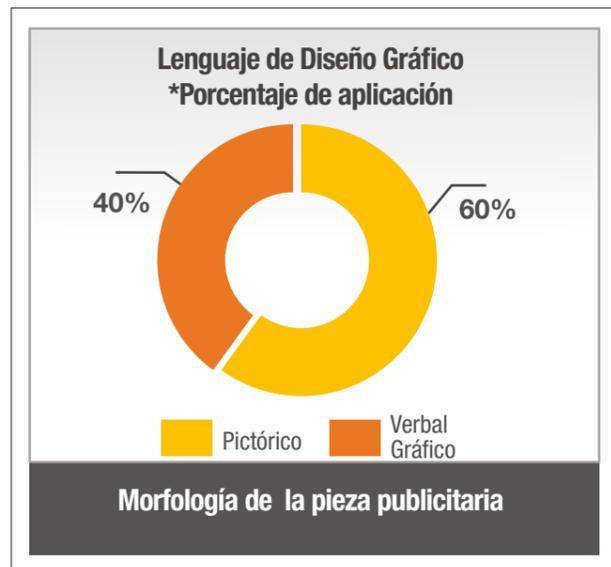
|  |   |
|--|---|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Medio:</b><br>Prensa                               |
|  | <b>Soporte:</b><br>Diario El Comercio – página 16- 17 |
|  | <b>Formato:</b><br>Robapágina                         |
|  | <b>Fecha:</b><br>23 de abril de 2009                  |

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Diego Delgado                                |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Integración y Transformación Social |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta                     |

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Medio:</b><br>Prensa                         |
|  | <b>Soporte:</b><br>Diario La Hora – Sección B10 |
|  | <b>Formato:</b><br>1/2 página horizontal        |
|  | <b>Fecha:</b><br>16 de abril de 2009            |

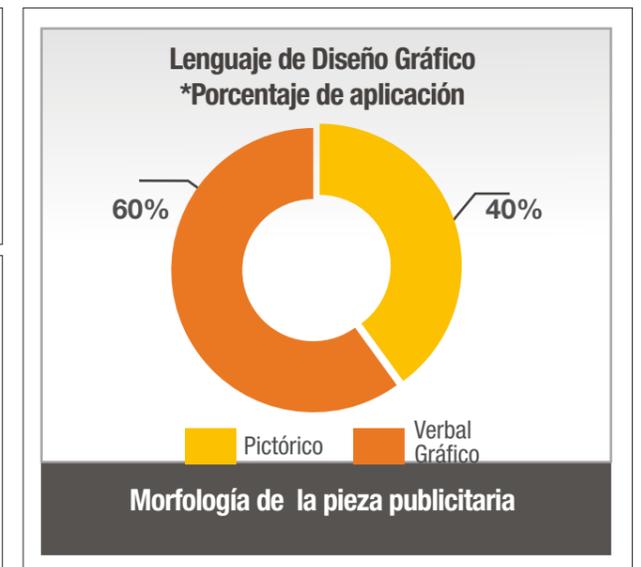
|   |                                 |
|---|---------------------------------|
| <b>Tipología de la pieza publicitaria</b> | • Identificación del nombre     |
|   | • Establecimiento de una imagen |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Signos de identidad:</b> |  |
| <b>Marca:</b>               | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66 % |
| <b>Cromática:</b>           |  |



|   |                                 |
|---|---------------------------------|
| <b>Tipología de la pieza publicitaria</b> | • Identificación del nombre     |
|   | • Establecimiento de una imagen |

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Signos de identidad:</b> |   |
| <b>Marca:</b>               | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 5 % |
| <b>Cromática:</b>           |   |





Impresos - Ficha No. 103

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Diego Delgado  
**Partido /movimiento**  
Integración y Transformación Social  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario El Comercio  
- página 32  
**Formato:**  
¼ página horizontal  
**Fecha:**  
19 de abril de 2009

**Tipología de la pieza publicitaria**

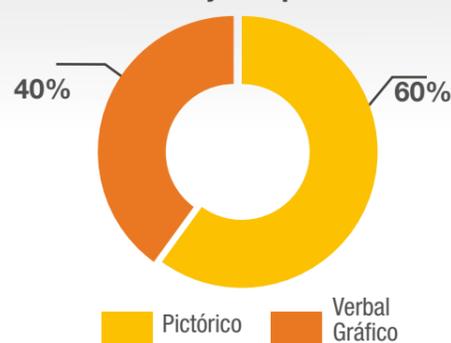
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 1,66 %



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 104

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Movimiento Alianza País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Abril 2009  
**Duración spot:**  
00:21  
**Nombre spot:**  
Pinchazo

**Signos de identidad:**

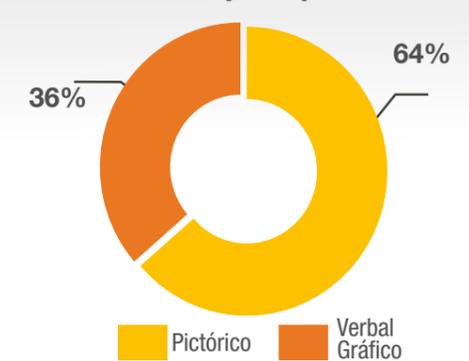
**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 18%



**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste directo  
**Locaciones:**  
Entorno urbano  
**Rol simbólico:**  
Jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato opositor  
**Mito:**  
Nosotros y ellos

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 105

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Movimiento Alianza País

Tipología del spot

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste directo      **Locaciones:**  
Entorno urbano  
**Rol simbólico:**  
Jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato opositor  
**Mito:**  
Nosotros y ellos

Datos de publicación de la pieza publicitaria

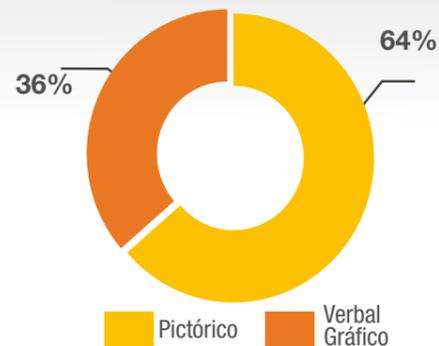
**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Abril 2009  
**Duración spot:**  
00:16  
**Nombre spot:**  
Pinchazo

Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 18%



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 106

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Movimiento Alianza País

Tipología del spot

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo – Carácter mítico  
**Locaciones:**  
Casa presidencial  
**Rol simbólico:**  
Jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato  
**Mito:**  
Heroicos

Datos de publicación de la pieza publicitaria

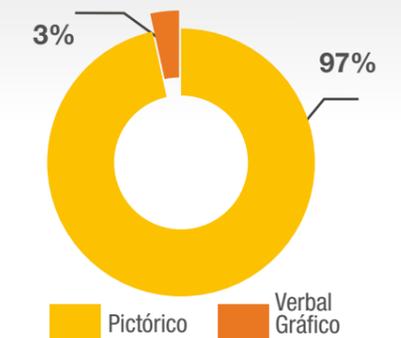
**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Abril 2009  
**Duración spot:**  
00:58  
**Nombre spot:**  
Mensaje

Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,50%



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 107

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Movimiento Alianza País

Tipología del spot

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo – Carácter mítico  
**Locaciones:**  
Casa presidencial  
**Rol simbólico:**  
Jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato  
**Mito:**  
Heroicos

Datos de publicación de la pieza publicitaria

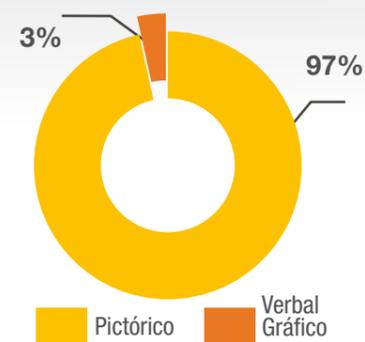
**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Abril 2009  
**Duración spot:**  
00:58  
**Nombre spot:**  
Mensaje 2

Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,50%

**Cromática:**

Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 108

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Movimiento Alianza País

Tipología del spot

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo – Carácter mítico  
**Locaciones:**  
Entorno urbano, Hospitales,Aulas  
**Rol simbólico:**  
Gran comunicador  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Personas de la Tercera Edad, niños, jóvenes, mujeres, trabajadores  
**Mito:**  
Mantenimiento

Datos de publicación de la pieza publicitaria

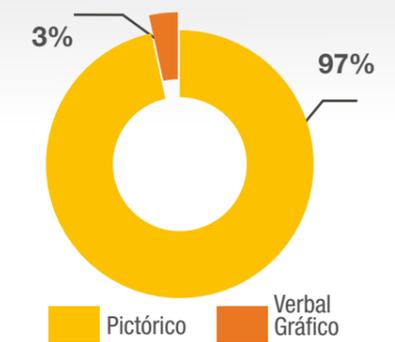
**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Abril 2009  
**Duración spot:**  
00:24  
**Nombre spot:**  
Vota 35

Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,50%

**Cromática:**

Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 109

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Movimiento Alianza País

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo –  
Carácter mítico  
**Locaciones:**  
Entorno urbano,  
Hospitales,Aulas  
**Rol simbólico:**  
Gran comunicador  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Personas de la Tercera  
Edad, niños, jóvenes,  
mujeres, trabajadores  
**Mito:**  
Mantenimiento

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

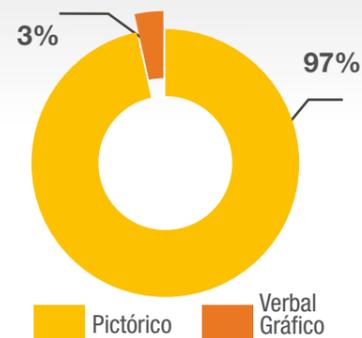
**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Abril 2009  
**Duración spot:**  
00:24  
**Nombre spot:**  
Vota 35

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,50%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 110

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Lucio Gutiérrez  
**Partido /movimiento**  
Sociedad Patriótica  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Avisos de testigo  
-personal  
**Locaciones:**  
Entorno urbano  
**Rol simbólico:**  
Jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Trabajadores  
**Mito:**  
Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

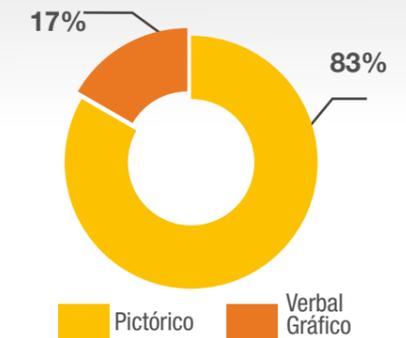
**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Abril 2009  
**Duración spot:**  
00:36  
**Nombre spot:**  
No hay trabajo

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 5,55%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 112

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento** PRIAN  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:** Identificación

**Locaciones:** Entorno urbano, aulas

**Rol simbólico:** Jefe visionario

**¿A quién se ve en el spot?** Trabajadores, niños, personas de la tercera edad, mujeres, indígenas

**Mito:** Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Abril 2009  
**Duración spot:** 00:56  
**Nombre spot:** Es tiempo de cambiar

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 7,14%

**Cromática:**



Audiovisuales- Ficha No. 113

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento** PRIAN  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:** Contraste directo

**Locaciones:** Entorno urbano, aulas

**Rol simbólico:** El guardián de los valores

**¿A quién se ve en el spot?** Trabajadores, niños, personas de la tercera edad, mujeres, indígenas

**Mito:** Nosotros y ellos

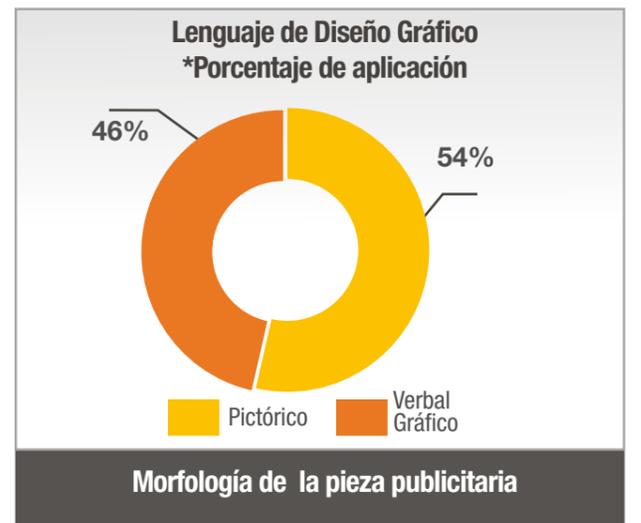
**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

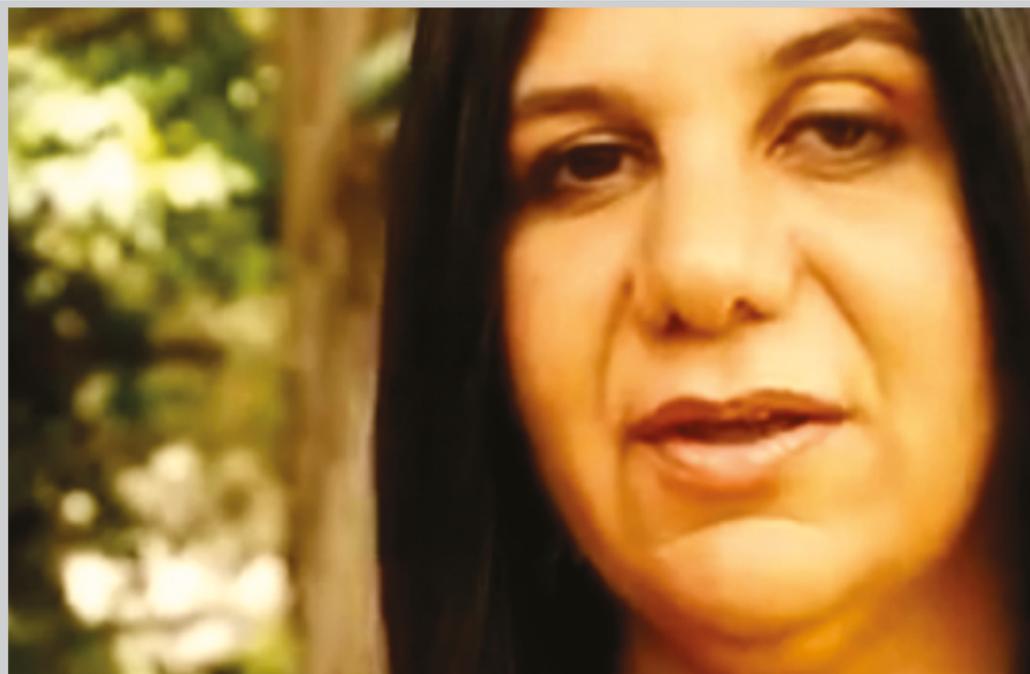
**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Abril 2009  
**Duración spot:** 00:56  
**Nombre spot:** ¿De qué te ries Correa?

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 7,14%

**Cromática:**





Audiovisuales- Ficha No. 114

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Martha Roldós  
**Partido /movimiento**  
RED-Polo Democrático  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste implícito **Locaciones:**  
Entorno urbano  
**Rol simbólico:**  
El guardián de los valores **¿A quién se ve en el spot?**  
Trabajadores, niños, personas de la tercera edad, mujeres, indígenas  
**Mito:**  
Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Abril 2009  
**Duración spot:**  
00:56  
**Nombre spot:**  
¿De qué te ries Correa?

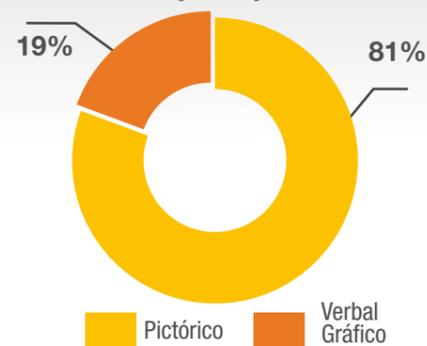
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 7,14%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico**  
\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 115

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Melba Jácome  
**Partido /movimiento**  
Tierra Fértil  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Propuesta – apelación emocional positiva **Locaciones:**  
Entorno urbano  
**Rol simbólico:**  
El guardián de los valores **¿A quién se ve en el spot?**  
Niños,  
**Mito:**  
Mitos maestros - conciencia colectiva

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Abril 2009  
**Duración spot:**  
00:56  
**Nombre spot:**  
¿Dónde está el futuro?

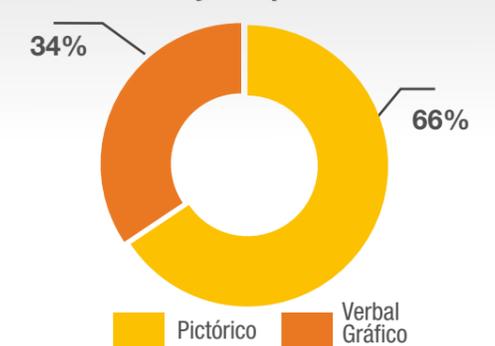
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 9,3%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico**  
\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 116

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Melba Jácome  
**Partido /movimiento**  
Tierra Fértil  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Propuesta – apelación emocional positiva  
**Locaciones:**  
Entorno urbano  
**Rol simbólico:**  
El guardián de los valores  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Mujeres  
**Mito:**  
Mitos maestros - conciencia colectiva

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Abril 2009  
**Duración spot:**  
00:27  
**Nombre spot:**  
Mujer

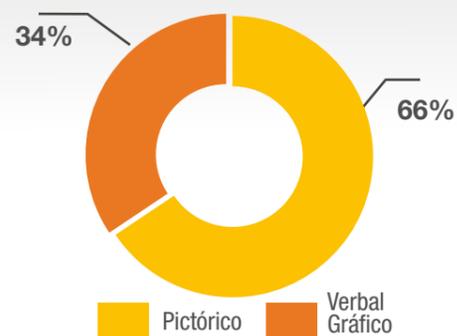
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 9,3%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 117

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Melba Jácome  
**Partido /movimiento**  
Tierra Fértil  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Propuesta – apelación emocional positiva  
**Locaciones:**  
Entorno urbano  
**Rol simbólico:**  
El guardián de los valores  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Mujeres  
**Mito:**  
Mitos maestros - conciencia colectiva

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Abril 2009  
**Duración spot:**  
00:55  
**Nombre spot:**  
Mujer

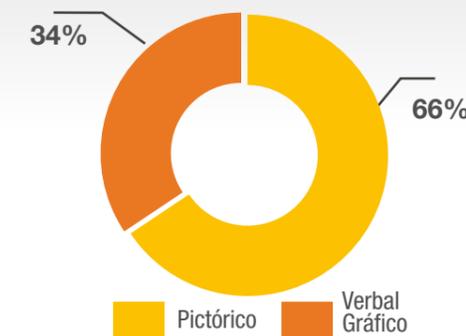
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 9,3%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 118

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Diego Delgado

**Partido /movimiento**  
Integración y Transf. Social

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

Tipología del spot

**Por tipo de anuncio:**  
De Temas – Apelación emocional negativa

**Locaciones:**  
Oficina candidato

**Rol simbólico:**  
El guardián de los valores

**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato

**Mito:**  
Mitos maestros - conciencia colectiva

Datos de publicación de la pieza publicitaria

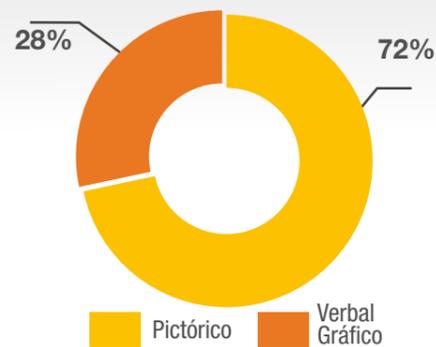
**Formato:**  
Spot publicitario

**Fecha:**  
Abril 2009

**Duración spot:**  
00:55

**Nombre spot:**  
Mujer

Lenguaje de Diseño Gráfico  
\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria

Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

Cromática:





# Campaña 2013:

## Una breve mirada

Ocho candidatos participaron en la contienda electoral del año 2013, cuyo resultado, como lo refiere (Basabe-Serrano & Martínez, 2014), en 2013, permitió que Rafael Correa afiance las bases de su modelo político y consolide su permanencia en el poder, al vencer nuevamente en primera vuelta las elecciones del 17 de febrero de ese año.

La coyuntura política del 2013 estuvo marcada por las elecciones generales y el incremento de la intolerancia política del presidente Correa hacia cualquier voz contraria a su gestión. Aunque el candidato Guillermo Lasso obtuvo una considerable cantidad de votos válidos (22,26%), la hegemonía del candidato-Presidente es inobjetable (Basabe-Serrano & Martínez, 2014, p.152)

# Resultados:

Tabla 10.  
Resultados elecciones Ecuador 2013 – 1era vuelta

|                 |         |           |       |       |
|-----------------|---------|-----------|-------|-------|
| Lucio Gutiérrez | PSP     | 578.875   | 6,17  | 6,11  |
| Álvaro Noboa    | PRIAN   | 319.956   | 3,52  | 3,38  |
| Nelson Zabala   | PRE     | 105.592   | 1,28  | 1,11  |
| Alberto Acosta  | PCK-MPD | 280.539   | 3,22  | 2,96  |
| Guillermo Lasso | CREO    | 1.951.102 | 22,26 | 20,61 |
| Mauricio Rodas  | SUMA    | 335.532   | 4,37  | 3,54  |
| Norman Wray     | RUPTURA | 112.525   | 1,39  | 1,18  |
| Rafael Correa   | AP      | 4.918.482 | 57,79 | 51,96 |
| Blancos         |         | 179.239   |       | 1,89  |
| Nulos           |         | 684.027   |       | 7,22  |
| Total           |         | 9.465.869 | 100   | 100   |

Fuente: Consejo Nacional Electoral  
Elaboración propia

En las siguientes páginas constan las piezas publicitarias impresas y audiovisuales, diseñadas para dicho periodo.



Impresos - Ficha No.119

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Alianza País

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Afiche electoral  
**Fecha:**  
Febrero 2013

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

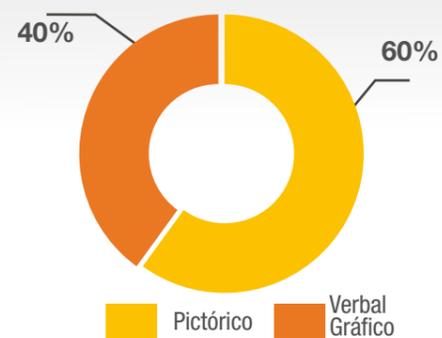
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 5%

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico  
\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No.120

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Alianza País

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Afiche electoral  
**Fecha:**  
Febrero 2013

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

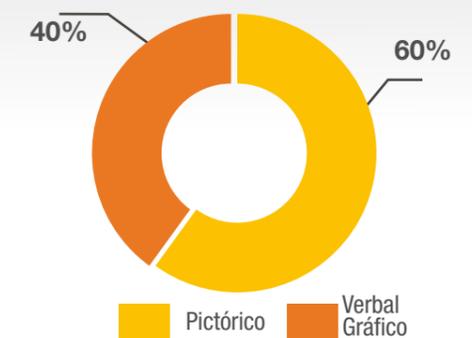
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 5%

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico  
\*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No. 121

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**

Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Sticker

**Fecha:**  
Febrero 2013

**Tipología de la pieza publicitaria**

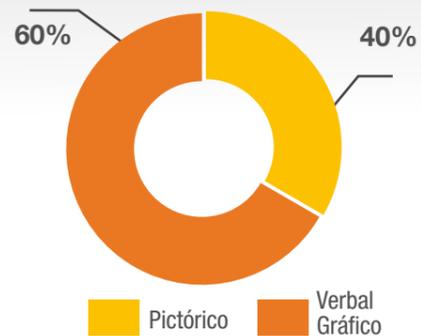
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, **no** existe la presencia de marca



**Lenguaje de Diseño Gráfico**  
\*Porcentaje de aplicación



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 122

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**

Rafael Correa

**Partido /movimiento**  
Alianza País

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Sticker

**Fecha:**  
Febrero 2013

**Tipología de la pieza publicitaria**

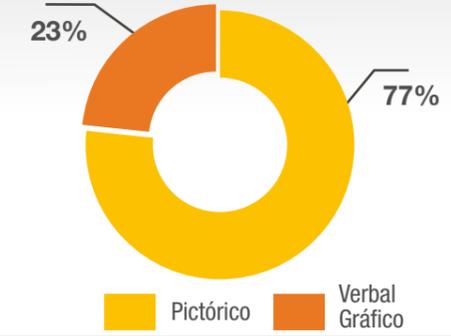
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, **no** existe la presencia de marca



**Lenguaje de Diseño Gráfico**  
\*Porcentaje de aplicación



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No.123

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Alianza País

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Afiche electoral  
**Fecha:**  
Febrero 2013

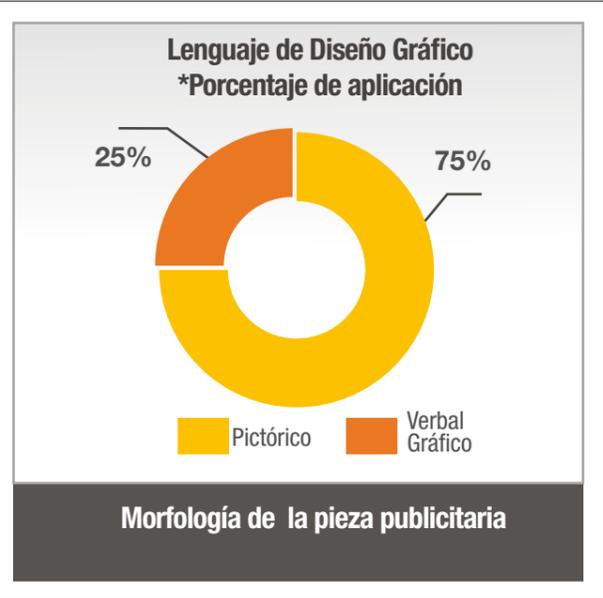
**Tipología de la pieza publicitaria**

- Realización de ataques

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, **no existe marca**

**Cromática:**



Impresos - Ficha No. 124

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Alianza País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Postal  
**Fecha:**  
Febrero 2013

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Realización de ataques

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, **no existe la presencia de marca**

**Cromática:**





Impresos - Ficha No. 125

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Alianza País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Postal  
**Fecha:**  
Febrero 2013

**Tipología de la pieza publicitaria**

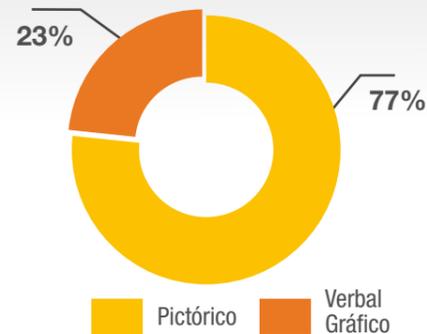
- Realización de ataques

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, **no** existe la presencia de marca



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 125

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Alianza País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Postal  
**Fecha:**  
Febrero 2013

**Tipología de la pieza publicitaria**

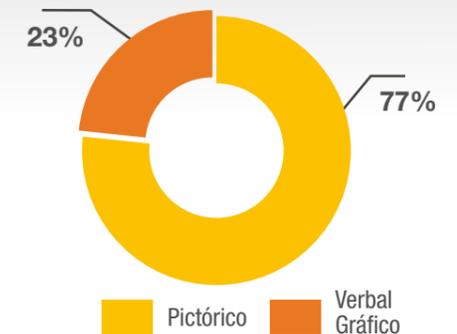
- Realización de ataques

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, **no** existe la presencia de marca



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 127



Impresos - Ficha No. 128

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Alianza País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Postal  
**Fecha:**  
Febrero 2013

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Alianza País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Valla  
**Fecha:**  
Febrero 2013

**Tipología de la pieza publicitaria**

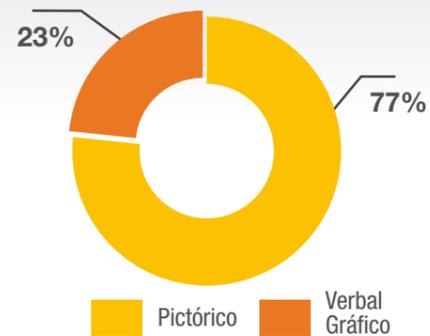
- Realización de ataques

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, **no** existe la presencia de marca



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**

**Tipología de la pieza publicitaria**

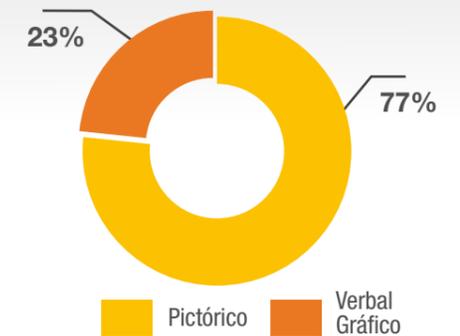
- Realización de ataques

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, **no** existe la presencia de marca



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 129



Impresos - Ficha No. 130

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Alianza País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Valla  
**Fecha:**  
Febrero 2013

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Alianza País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Valla  
**Fecha:**  
Febrero 2013

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación de nombre
- Refuerzo

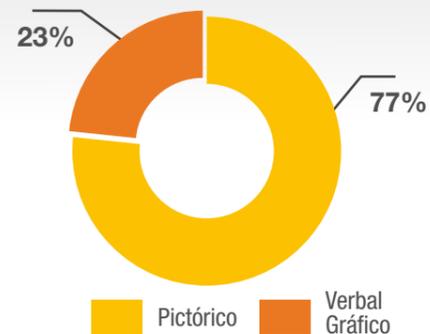
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación de nombre
- Refuerzo

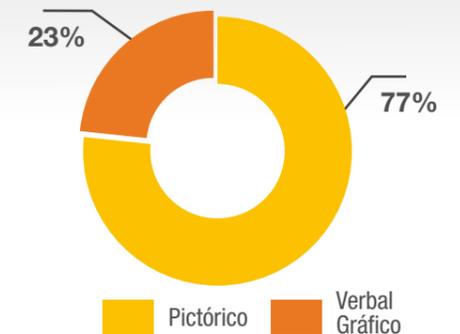
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 131



Impresos - Ficha No. 132

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Alianza País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Valla  
**Fecha:**  
Febrero 2013

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo- Alianza País

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Valla  
**Fecha:**  
Febrero 2013

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación de nombre
- Refuerzo

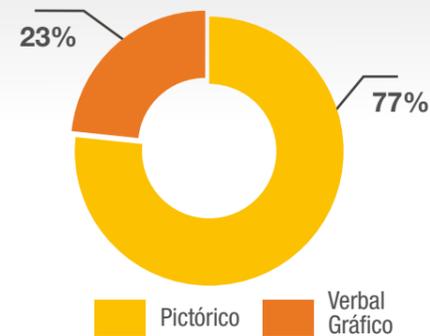
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación de nombre
- Refuerzo

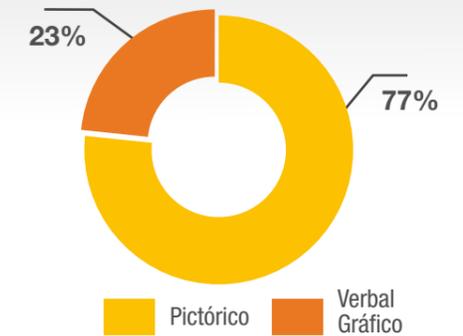
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 133

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Gillermo Lasso  
**Partido /movimiento**  
CREO  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Afiche electoral  
**Fecha:**  
Febrero 2013

**Tipología de la pieza publicitaria**

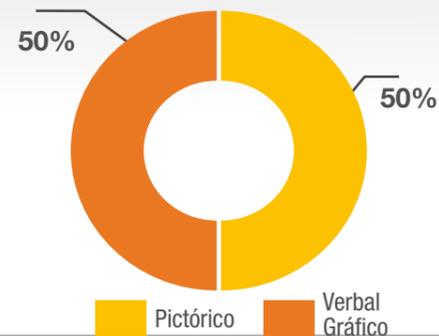
- Identificación de nombre
- Establecimiento de una imagen.

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No. 134

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento**  
PRIAN  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario El Universo  
- pág 13  
**Formato:**  
½ página horizontal  
**Fecha:**  
Febrero 2013

**Tipología de la pieza publicitaria**

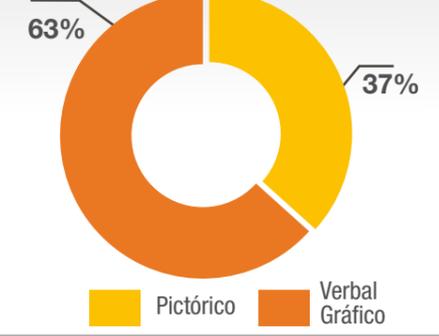
- Identificación de nombre
- Establecimiento de una imagen.

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Impresos - Ficha No.135

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Nelson Zavala  
**Partido /movimiento**  
PRE  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Afiche electoral  
**Fecha:**  
Febrero 2013

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

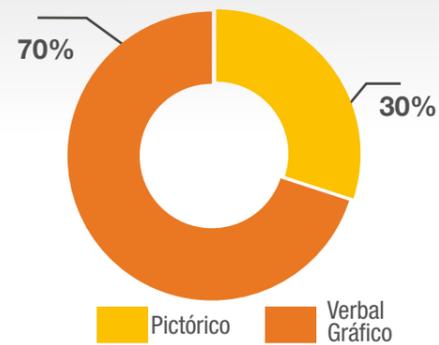
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No.135

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Lucio Gutiérrez  
**Partido /movimiento**  
Sociedad Patriótica  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Formato:**  
Flyer  
**Fecha:**  
Febrero 2013

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación de nombre
- Establecimiento de una imagen
- Papel informativo

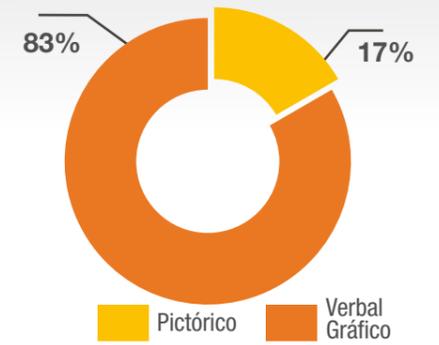
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No. 137



Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Alberto Acosta  
**Partido /movimiento**  
MPD- Pachakutik  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario El Universo  
- página 9  
**Formato:**  
¼ página vertical  
**Fecha:**  
13 de febrero 2013

Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Alberto Acosta  
**Partido /movimiento**  
MPD- Pachakutik  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario La Hora –  
sección B9  
**Formato:**  
½ página horizontal  
**Fecha:**  
06 de febrero 2013

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación de nombre
- Establecimiento de una imagen.

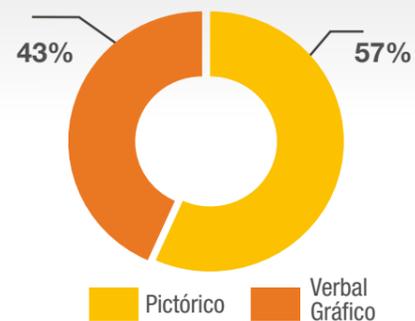
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación de nombre
- Establecimiento de una imagen

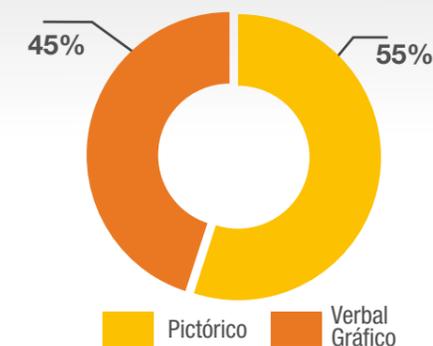
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%

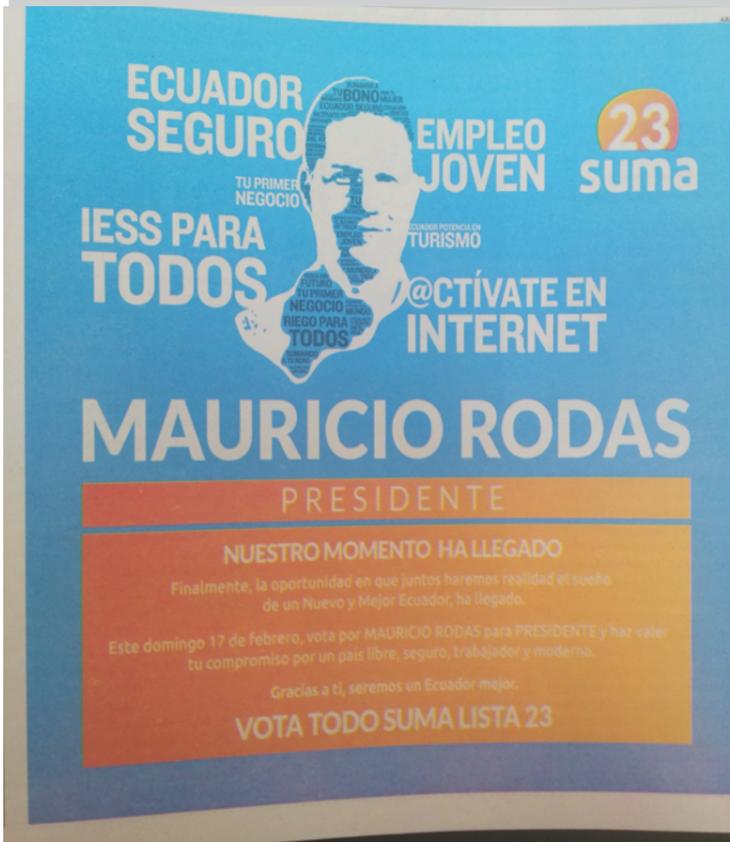
**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Mauricio Rodas  
**Partido /movimiento**  
SUMA  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario La Hora – sección B15  
**Formato:**  
Talón  
**Fecha:**  
14 de febrero 2013

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación de nombre
- Establecimiento de una imagen
- Establecimiento de issues

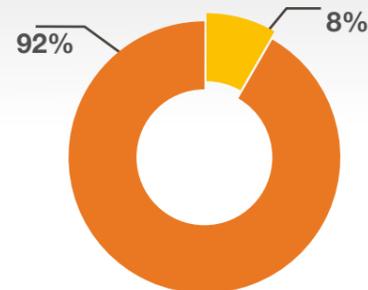
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%

**Cromática:**



Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



■ Pictórico ■ Verbal Gráfico

Morfología de la pieza publicitaria



Datos informativos de la pieza publicitaria

**Candidato:**  
Alberto Acosta  
**Partido /movimiento**  
SUMA  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario El Universo – Actualidad pág 3  
**Formato:**  
¼ página vertical derecha  
**Fecha:**  
14 de febrero 2013

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación de nombre
- Establecimiento de una imagen
- Establecimiento de issues

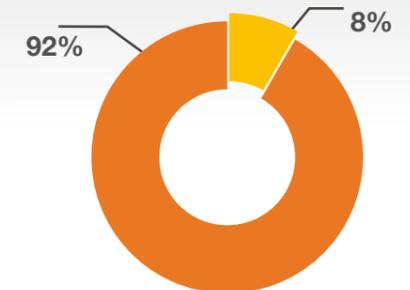
Signos de identidad:

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%

**Cromática:**

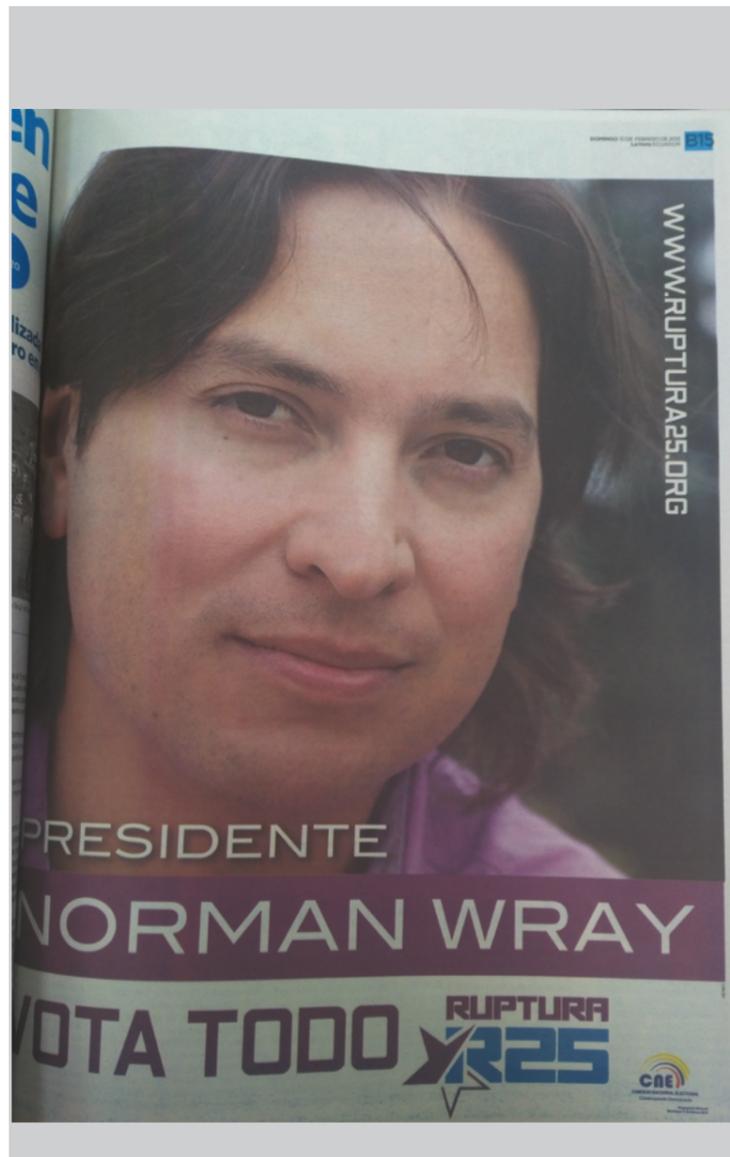


Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación



■ Pictórico ■ Verbal Gráfico

Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No.140

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Norman Wray  
**Partido /movimiento**  
Ruptura 25  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Medio:**  
Prensa  
**Soporte:**  
Diario La Hora- Sección B15  
**Formato:**  
página completa  
**Fecha:**  
14 de febrero 2013

**Tipología de la pieza publicitaria**

- Identificación de nombre
- Establecimiento de una imagen

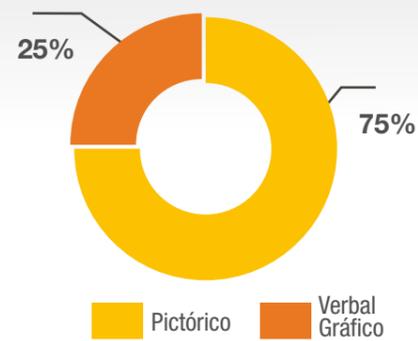
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



**Audiovisuales- Ficha No. 141**

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Rafael Correa  
**Partido /movimiento**  
Alianza País  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Febrero 2013  
**Duración spot:**  
00:57  
**Nombre spot:**  
Bicicleta

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66%

**Cromática:**



**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**

De Temas – Apelación emocional

**Rol simbólico:**

Jefe visionario

**Mito:**

Escatológico

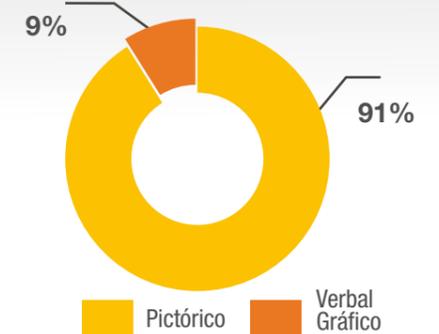
**Locaciones:**

Escenario natural, escenario urbano, casa presidencial

**¿A quién se ve en el spot?**

Niños, médicos, trabajadores, candidato

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



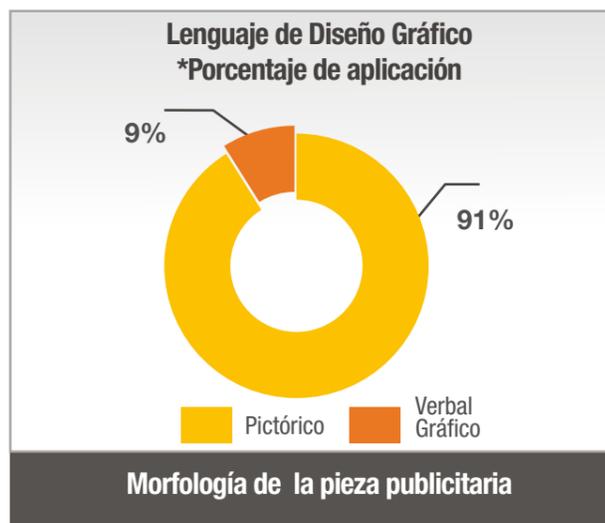
Audiovisuales- Ficha No. 142

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Rafael Correa                        |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>Alianza País                |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot  |   |
|---|---|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>De Temas – Apelación emocional | <b>Locaciones:</b><br>Escenario urbano, escenario de campaña        |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Gran comunicador                     | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Jóvenes, trabajadores, mujeres |
| <b>Mito:</b><br>Escatológico                                  |   |

|  |  |
|--|--|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario         |
|  | <b>Fecha:</b><br>Febrero 2013                |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:30               |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Ya tenemos Presidente |
|  |  |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



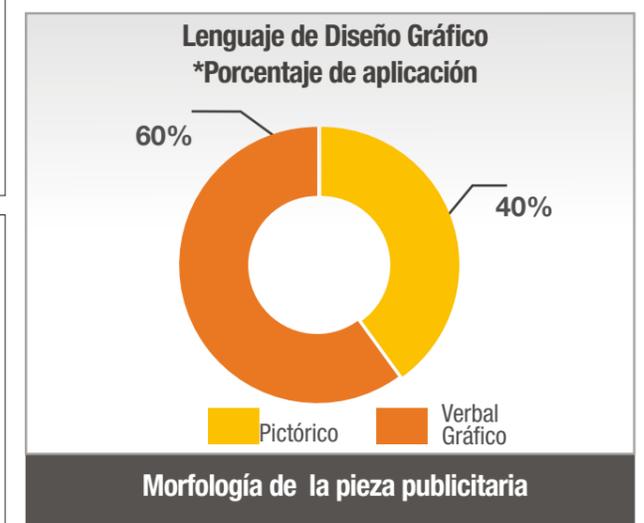
Audiovisuales- Ficha No. 143

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Guillermo Lasso                      |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>CREO                        |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot                                 |   |
|--|---|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Positivo – De Temas | <b>Locaciones:</b><br>Escenario de campaña        |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Gran comunicador          | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Agricultores |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                   |   |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Febrero 2013        |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:30       |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Agricultor    |
|  |                                      |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 40% |
| <b>Cromática:</b>    |   |





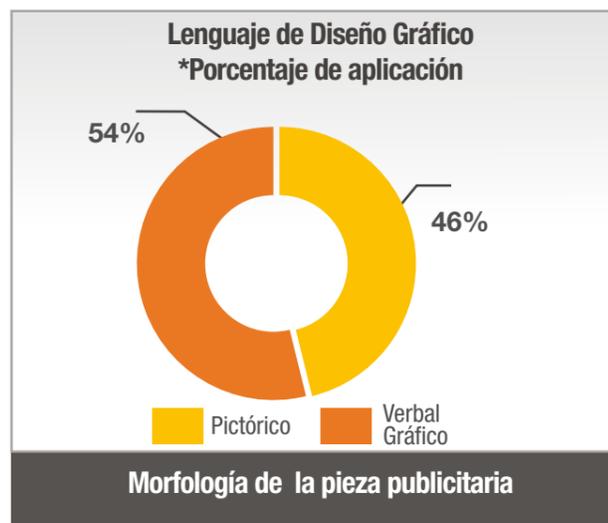
Audiovisuales- Ficha No. 144

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Guillermo Lasso                      |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>CREO                        |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot                               |  |
|--|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Contraste directo | <b>Locaciones:</b><br>Escenario de campaña                         |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Gran comunicador        | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Público que viva al candidato |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                 |  |

|  |  |
|--|--|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario         |
|  | <b>Fecha:</b><br>Febrero 2013                |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:26               |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Ya tenemos Presidente |
|  |  |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



Audiovisuales- Ficha No. 145

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Guillermo Lasso                      |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>CREO                        |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot  |  |
|---|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Apelación emocional positiva | <b>Locaciones:</b><br>Escenario de campaña                         |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Gran comunicador                   | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Público que viva al candidato |
| <b>Mito:</b><br>Escatológico                                |  |

|  |  |
|--|--|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario         |
|  | <b>Fecha:</b><br>Febrero 2013                |
|  | <b>Duración spot:</b><br>01:00               |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Ya viene otro Ecuador |
|  |  |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33% |
| <b>Cromática:</b>    |   |





Audiovisuales- Ficha No. 146

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento** PRIAN  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
 Apelación emocional positiva  
**Rol simbólico:** Gran comunicador  
**Mito:** Escatológico

**Locaciones:** Escenario de campaña  
**¿A quién se ve en el spot?** Público que viva al candidato

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Febrero 2013  
**Duración spot:** 00:59  
**Nombre spot:** Mi país

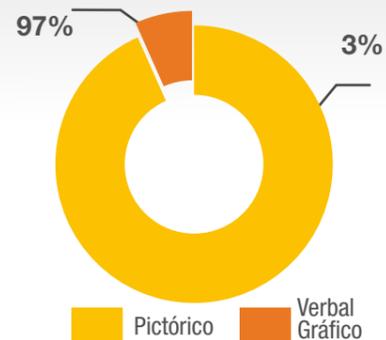
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 147

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Álvaro Noboa  
**Partido /movimiento** PRIAN  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
 Apelación emocional positiva  
**Rol simbólico:** Gran comunicador  
**Mito:** Escatológico

**Locaciones:** Escenario natural  
**¿A quién se ve en el spot?** Público que viva al candidato

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Febrero 2013  
**Duración spot:** 00:59  
**Nombre spot:** Plan Álvaro Noboa

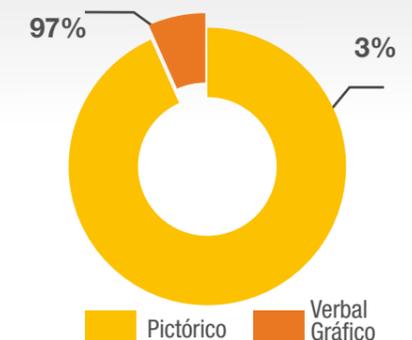
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



Morfología de la pieza publicitaria



Audiovisuales- Ficha No. 148

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Nelson Zavala                        |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>PRE                         |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot   |  |
|--|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Identificación, y apelación emocional | <b>Locaciones:</b><br>Escenario Rural          |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Jefe visionario                             | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato |
| <b>Mito:</b><br>Escatológico   |  |

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario            |
|  | <b>Fecha:</b><br>Febrero 2013                   |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:34                  |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Ministerio de los pobres |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,82% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



Audiovisuales- Ficha No. 149

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Nelson Zavala                        |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>PRE                         |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot  |  |
|---|--|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Apelación emocional negativa | <b>Locaciones:</b><br>Escenario urbano                   |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Jefe visionario                    | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato, policías |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                            |  |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Febrero 2013        |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:34       |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Seguridad     |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,82% |
| <b>Cromática:</b>    |   |





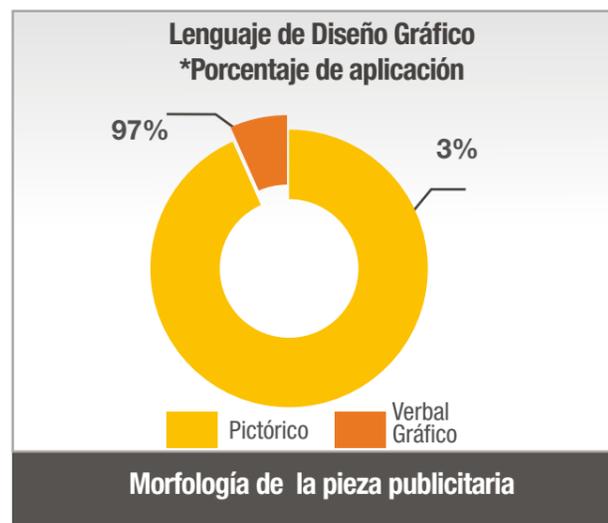
Audiovisuales- Ficha No. 150

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Nelson Zavala                        |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>PRE                         |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot  |   |
|---|---|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Positivo –Identificación, de temas | <b>Locaciones:</b><br>Escenario natural                 |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Jefe visionario                          | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato, jóvenes |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                                  |   |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Febrero 2013        |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:34       |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Libertad      |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,82% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



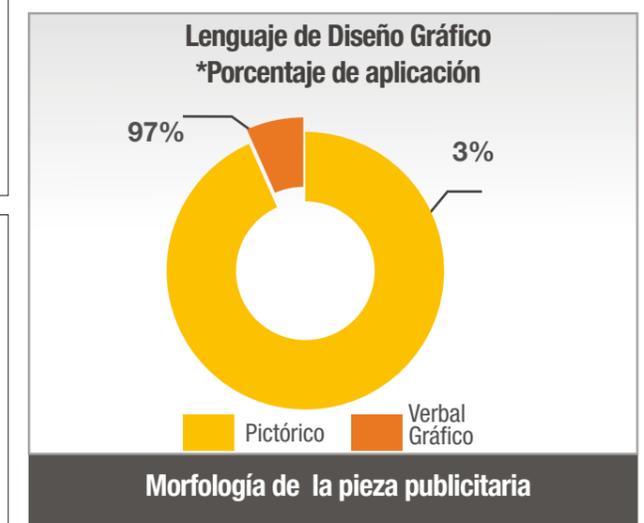
Audiovisuales- Ficha No. 151

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Nelson Zavala                        |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>PRE                         |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot  |   |
|---|---|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Apelación emocional negativa | <b>Locaciones:</b><br>Escenario natural         |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Jefe visionario                    | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato, |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                            |   |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario |
|  | <b>Fecha:</b><br>Febrero 2013        |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:34       |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Derechos      |

| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,82% |
| <b>Cromática:</b>    |   |





Audiovisuales- Ficha No. 152

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Nelson Zavala  
**Partido /movimiento**  
PRE  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Apelación emocional positiva  
**Rol simbólico:**  
Jefe visionario  
**Mito:**  
Escatológicos  
**Locaciones:**  
Escenario natural  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato,

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Febrero 2013  
**Duración spot:**  
00:34  
**Nombre spot:**  
EDEN

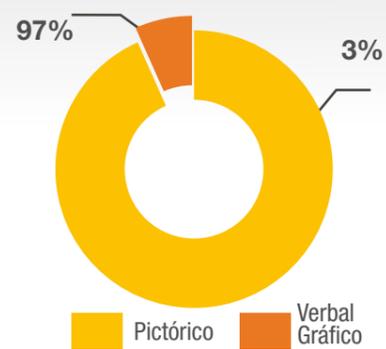
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,82%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 153

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Nelson Zavala  
**Partido /movimiento**  
PRE  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo – de temas  
**Rol simbólico:**  
Jefe visionario  
**Mito:**  
Escatológicos  
**Locaciones:**  
Escenario natural  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato,

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Febrero 2013  
**Duración spot:**  
00:34  
**Nombre spot:**  
Palabra

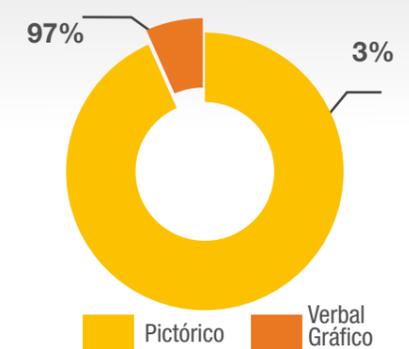
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,82%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 154

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Lucio Gutiérrez  
**Partido /movimiento**  
Sociedad Patriótica  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste directo  
**Locaciones:**  
Escenario urbano  
**Rol simbólico:**  
Jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato, trabajadores, mujeres  
**Mito:**  
Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

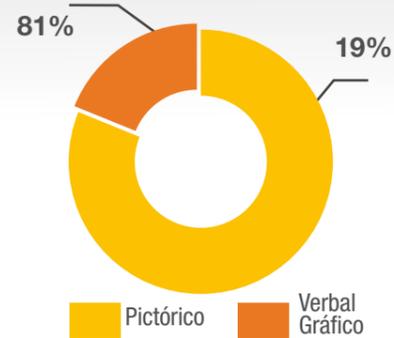
**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Febrero 2013  
**Duración spot:**  
00:34  
**Nombre spot:**  
Palabra

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,82%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 155

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Alberto Acosta  
**Partido /movimiento**  
MPD-Pachacutik  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste directo  
**Locaciones:**  
Escenario natural  
**Rol simbólico:**  
Jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato  
**Mito:**  
Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

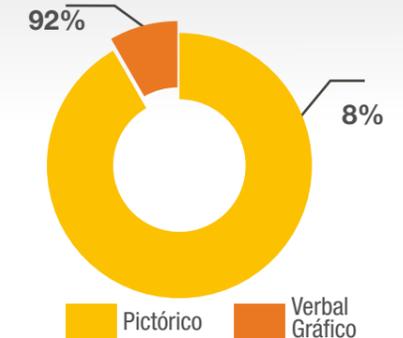
**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Febrero 2013  
**Duración spot:**  
00:48  
**Nombre spot:**  
El reyecito en bici

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,83%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 156

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Alberto Acosta  
**Partido /movimiento** MPD-Pachacutik  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:** Contraste directo  
**Locaciones:** Escenario natural  
**Rol simbólico:** Jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?** Candidato  
**Mito:** Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Febrero 2013  
**Duración spot:** 00:36  
**Nombre spot:** La inseguridad

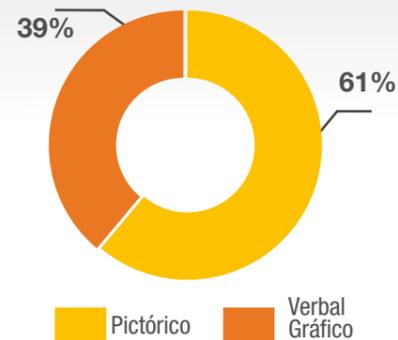
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 157

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Alberto Acosta  
**Partido /movimiento** MPD-Pachacutik  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:** Contraste directo  
**Locaciones:** Escenario natural  
**Rol simbólico:** Jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?** Candidato  
**Mito:** Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Febrero 2013  
**Duración spot:** 00:36  
**Nombre spot:** Prohibamos la inflación

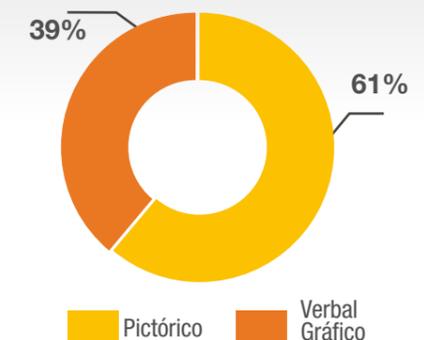
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,83%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 158

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Alberto Acosta  
**Partido /movimiento** MPD-Pachacutik  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:** Contraste directo  
**Locaciones:** Escenario artificial, urbano  
**Rol simbólico:** Jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?** Candidato, mujeres, jóvenes  
**Mito:** Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

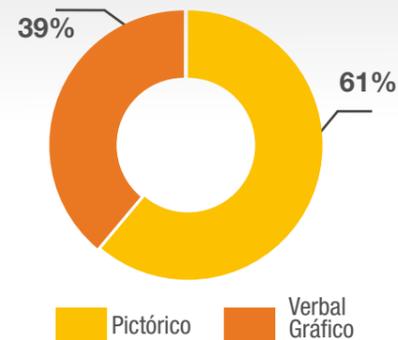
**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Febrero 2013  
**Duración spot:** 00:36  
**Nombre spot:** Que mas podemos prohibir

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,83%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 159

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:** Alberto Acosta  
**Partido /movimiento** MPD-Pachacutik  
**Contienda electoral:** Primera vuelta  
**Fuente:** Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:** Contraste directo  
**Locaciones:** Escenario artificial, urbano  
**Rol simbólico:** Jefe visionario  
**¿A quién se ve en el spot?** Candidato, mujeres, personas tercera edad, jóvenes  
**Mito:** Nosotros y ellos

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

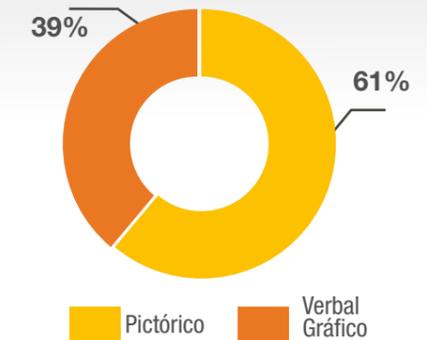
**Formato:** Spot publicitario  
**Fecha:** Febrero 2013  
**Duración spot:** 00:36  
**Nombre spot:** Que no se note la corrupción

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,83%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



**Audiovisuales- Ficha No. 160**

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Alberto Acosta                       |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>MPD-Pachacutik              |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot                               |   |
|--|---|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Contraste directo | <b>Locaciones:</b><br>Escenario artificial, urbano                                      |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Jefe visionario         | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato, mujeres, personas tercera edad, jóvenes |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                 |   |

|  |  |
|--|--|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario                         |
|  | <b>Fecha:</b><br>Febrero 2013                                |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:36                               |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Quien diga que no tiene empleo, mente |
|  |  |



| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,83% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



**Audiovisuales- Ficha No. 161**

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos informativos de la pieza publicitaria</b> | <b>Candidato:</b><br>Alberto Acosta                       |
|  | <b>Partido /movimiento</b><br>MPD-Pachacutik              |
|  | <b>Contienda electoral:</b><br>Primera vuelta             |
|  | <b>Fuente:</b><br>Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE |

| Tipología del spot                               |   |
|--|---|
| <b>Por tipo de anuncio:</b><br>Contraste directo | <b>Locaciones:</b><br>Escenario artificial, urbano                                      |
| <b>Rol simbólico:</b><br>Gran comunicador        | <b>¿A quién se ve en el spot?</b><br>Candidato, mujeres, personas tercera edad, jóvenes |
| <b>Mito:</b><br>Nosotros y ellos                 |   |

|  |   |
|--|---|
| <b>Datos de publicación de la pieza publicitaria</b> | <b>Formato:</b><br>Spot publicitario      |
|  | <b>Fecha:</b><br>Febrero 2013             |
|  | <b>Duración spot:</b><br>00:36            |
|  | <b>Nombre spot:</b><br>Proponemos un país |
|  |   |



| Signos de identidad: |   |
|----------------------|---|
| <b>Marca:</b>        | En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,83% |
| <b>Cromática:</b>    |   |



Audiovisuales- Ficha No. 162

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Mauricio Rodas  
**Partido /movimiento**  
SUMA  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Positivo – Identificación  
**Locaciones:**  
Escenario urbano  
**Rol simbólico:**  
Gran comunicador  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato, mujeres, trabajadores, jóvenes  
**Mito:**  
Escatológico

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Febrero 2013  
**Duración spot:**  
01:30  
**Nombre spot:**  
23 SUMA

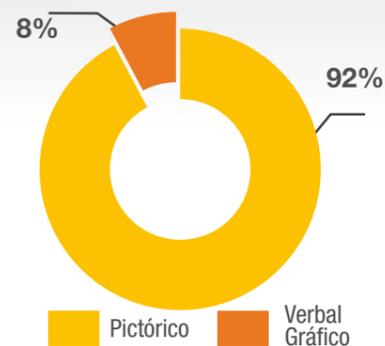
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 7,77%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 163

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Mauricio Rodas  
**Partido /movimiento**  
SUMA  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste implícito  
**Locaciones:**  
Escenario urbano  
**Rol simbólico:**  
Gran comunicador  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato, jóvenes  
**Mito:**  
Escatológico

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Febrero 2013  
**Duración spot:**  
00:29  
**Nombre spot:**  
Empleo

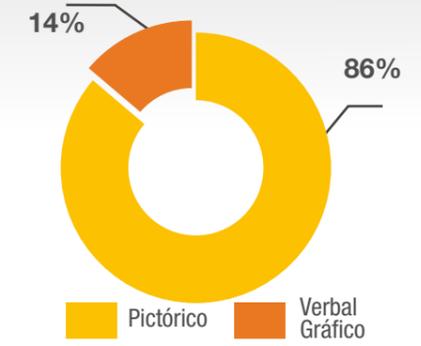
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 13%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 164

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Mauricio Rodas  
**Partido /movimiento**  
SUMA  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste implícito  
**Locaciones:**  
Escenario urbano  
**Rol simbólico:**  
Gran comunicador  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato, jóvenes  
**Mito:**  
Escatológico

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Febrero 2013  
**Duración spot:**  
00:25  
**Nombre spot:**  
Mauricio si le gana

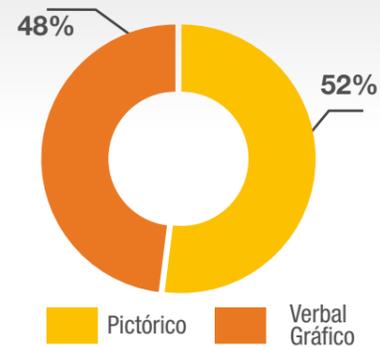
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 13%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



Audiovisuales- Ficha No. 165

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Norman Wray  
**Partido /movimiento**  
Ruptura 25  
**Contienda electoral:**  
Primera vuelta  
**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste implícito  
**Locaciones:**  
Escenario artificial  
**Rol simbólico:**  
Guardián de los valores  
**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato,  
**Mito:**  
Escatológico

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario  
**Fecha:**  
Febrero 2013  
**Duración spot:**  
00:17  
**Nombre spot:**  
Futuro

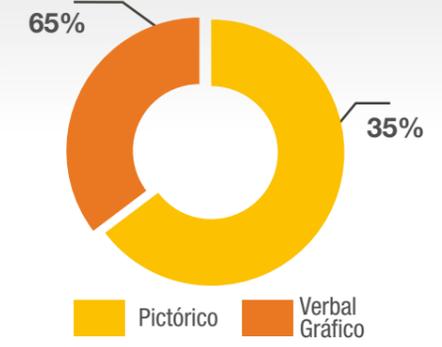
**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 13%

**Cromática:**



**Lenguaje de Diseño Gráfico \*Porcentaje de aplicación**



**Morfología de la pieza publicitaria**



**Audiovisuales- Ficha No. 166**

**Datos informativos de la pieza publicitaria**

**Candidato:**  
Norman Wray

**Partido /movimiento**  
Ruptura

**Contienda electoral:**  
Primera vuelta

**Fuente:**  
Archivo-Museo de la Democracia- IDD-CNE

**Tipología del spot**

**Por tipo de anuncio:**  
Contraste implícito

**Locaciones:**  
Escenario artificial

**Rol simbólico:**  
Guardián de los valores

**¿A quién se ve en el spot?**  
Candidato,

**Mito:**  
Escatológico

**Datos de publicación de la pieza publicitaria**

**Formato:**  
Spot publicitario

**Fecha:**  
Febrero 2013

**Duración spot:**  
00:17

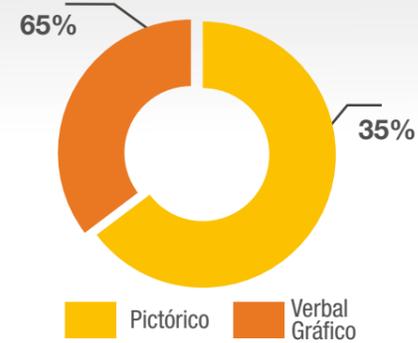
**Nombre spot:**  
Respeto

**Signos de identidad:**

**Marca:** En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 13%

**Cromática:**

**Lenguaje de Diseño Gráfico**  
\*Porcentaje de aplicación



**Morfología de la pieza publicitaria**



Identidad visual  
**de los partidos y  
movimientos**  
elecciones 2002  
presidenciales - **2013**



**Partido /movimiento:**  
Sociedad Patriótica



**Partido /movimiento:**  
Alianza País



**Partido /movimiento:**  
PRIAN



**Partido /movimiento:**  
Izquierda Democrática



**Partido /movimiento:**  
Partido Roldosista Ecuatoriano



**Partido /movimiento:**  
Partido Social Cristiano



**Partido /movimiento:**  
Movimiento Popular Democrático



**Partido /movimiento:**  
SUMA



**Partido /movimiento:**  
Alianza Bolivariana  
Tercera República



**Partido /movimiento:**  
Creando  
oportunidades



**Partido /movimiento:**  
Red ética y  
democrática



**Partido /movimiento:**  
Unidad Plurinacional  
PACHAKUTIK



**Partido /movimiento:**  
Integración y  
Transformación Social



**Partido /movimiento:**  
Movimiento Libertad



**Partido /movimiento:**  
Ruptura 25



**Partido /movimiento:**  
Tierra Fértil

MOVIMIENTO TIERRA FÉ RTIL



**Partido /movimiento:**  
Patria Solidaria



# Apuntes finales

a) Con la recopilación efectuada, se determina **que en el año 2002** los afiches electorales configurados para las campañas presidenciales apelaron a la identificación del nombre del candidato en gran medida y al establecimiento de la imagen del sujeto político como tal, sin que ello significase un esfuerzo adicional por crear discursos visuales más adecuados para distinguirse entre ellos.

b) En base a la investigación, se concluye **que el año 2006** el candidato Rafael Correa, marcó un giro significativo en cuanto a la aplicación de estrategias publicitarias para la participación de candidatos en procesos electorales presidenciales en el Ecuador, a través de la configuración de mensajes que apelaron al mito de “nosotros y ellos”, con la finalidad que a través de contrastes directos e indirectos lograsen cierto tipo de hostilidad a los candidatos que podían representar a lo que se denominó como “partidocracia”, grupo que se estructura sobre la base de lo que el votante también rechazaba (corrupción, grupos de poder, etc.) De esta forma, el candidato Correa asumió el rol de jefe visionario, llevando sobre sus hombros los sueños y el futuro de un país, lo que sin duda evidenció la aplicación de estrategias publicitarias, configuradas desde el marketing político.

c) En el caso de la **campaña de 2009**, la estructura de las piezas publicitarias se diseñó para posicionar la imagen del candidato, dejando en segunda instancia al partido político. El gran porcentaje de los spots expuestos (64,28%) son positivos. Las piezas desarrolladas, apelan significativamente a las emociones, más que a la razón. En este periodo, resalta las estrategias aplicadas por el candidato vencedor, Rafael Correa. Es necesario comentar además, que en el caso del candidato Álvaro Noboa, se determinó que no se desarrollaron nuevos materiales, sino que en su mayoría, se reeditaron las piezas de las campañas anteriores en las que participó.

d) **La campaña de 2013** evidenció un aumento en la realización de ataques entre candidatos (13% de los afiches electorales), sobre todo dirigidos desde y hacia el candidato gobernante Rafael Correa. Los spots televisivos, según datos que arroja la investigación en un mercado 50%, fueron estructurados sobre la base de contrastes directos e indirectos, con la finalidad de lograr un nicho de votantes que el candidato más fuerte pudiese haber perdido. En este sentido, los mensajes apelaron a las emociones más que a la razón, para que sus propuestas logren un sitio importante en el imaginario de los votantes.

# Bibliografía

- Barranco Saiz, F. J. (2010). *Marketing político y electoral*. Madrid: Pirámide.
- Basabe-Serrano, S., & Martínez, J. (2014). Ecuador: Cada vez menos democracia, cada vez más autoritarismo... con elecciones. *Revista de Ciencias Políticas*, 34(1), 145-170.
- Bhaskaran, L. (2006). *¿Qué es el diseño editorial?* Barcelona: Index Book.
- Cabalceta Román, I. (2007). *Manual de diseño y diagramación de documentos*. San José: CENADI.
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo*. Santiago de Chile: Colección Libros de la Empresa.
- Capriotti, P. (2010). *Branding corporativo. Gestión estratégica de la identidad corporativa*. *Revista Comunicación*, 15-22.
- Carvajal, L. (21 de octubre de 2013). Lizardo Carvajal. Obtenido de <http://www.lizardo-carvajal.com/que-es-el-parrafo/>
- Castro Martínez, L. (2012). El Marketing político en Estados Unidos: el caso Obama. *Norteamérica*. Scielo, 7(1), 209-222.
- Conniff, M. (2003). Neopopulismo en América Latina. La década de los '90 y después. *Revista de Ciencia Política XXIII*, 31.
- Córdova, G. (2003). Derrota y triunfo del gran elector: elecciones 2002 en Ecuador. *Íconos*, 38-43.
- Costa Solá -Segalés, J. (2010). *La marca: creación, diseño y gestión*. México: Trillas.
- Costa, J. (2010). *Identidad corporativa*. México: Trillas.
- De la Torre, C. (2013). El tecnopopulismo de Rafael Correa: ¿Es compatible el carisma con la tecnocracia? *Latin American Research Review*(1), 24-43.
- Diagramacion teoría. (s.f.). Obtenido de <http://diagramacionteoria.blogspot.com/2010/08/fundamentos-de-la-diagramacion.html>
- Fernández Cañaverl, D. (2010). El logo político como instrumento de significado en la comunicación electoral. *Comunicación y Hombre. Revista Interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*, 83-101.
- Freidenberg, F. y. (2001). *Los Dueños del Poder: Los Partidos Políticos en el Ecuador, (1978-2000)*. Quito, Pichincha, Ecuador: Flacso, Sede Ecuador.
- Freidenberg, F., & González Tule, L. (2009). Estrategias partidistas, preferencias ciudadanas y anuncios televisivos: Un análisis de la campaña electoral mexicana de 2006. *Política y Gobierno*, 269-320. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-20372009000200002&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-20372009000200002&lng=es&tlng=es).
- García Beaudoux, V., & D'Adamo, G. S. (2005). *COMUNICACIÓN POLÍTICA Y CAMPAÑAS ELECTORALES: Estrategias en elecciones presidenciales*. Barcelona: Gedisa.
- García Beaudoux, V., & D'Adamo, O. (2006). *Comunicación política y campañas electorales. Análisis de una herramienta comunicacional: el spot televisivo*. Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial, 81-111.
- García, M. M. (2005). *Modelo General de construcción de marcas y Gestión de activos*. Madrid: ESIC.
- Gili, C. (15 de agosto de 2013). Carles Gili, Entusiasta digital. Obtenido de <http://www.carlesgili.es/tipos-de-medios-soportes-y-formatos-publicitarios/>
- Hurtado Arroba, E. (23 de Septiembre de 2005). "Lo que pasó en CIESPAL" Apuntes etnográficos sobre el poder, los medios y los sin-sentidos de la violencia. *Íconos- Revista de Ciencias Sociales*, 63-82.
- Llopis Sancho, E. (2015). *Crear la marca global. Modelo práctico de creación e internacionalización de marcas*. Madrid: ESIC.

López, A. (2009). Análisis del Referéndum Constitucional 2008 en Ecuador = Referendum 2008: rethinking Ecuadorian politics. *Íconos: revista de Ciencias Sociales*(33), 13-20.

Mancero, D. (2001). La crisis bancaria ecuatoriana ¿Una crisis diferente? *Comentario Internacional*(1).

Mantilla Mora, A. (2013). La revolución comunicacional de Rafael Correa. *Más poder local*(16), 50-60.

Ortegón Cortázar, L. (2014). Gestión de marca: Conceptualización, diseño, registro, construcción y evaluación. Bogotá: Politécnico Gran Colombiano.

Pachano, S. (2010). *Revista de Ciencias Políticas*, 30(2), 297-317.

Pachano, S. (2010). Ecuador: El nuevo sistema político en funcionamiento. *Revista de Ciencia Política*, 30, 297-317.

Paltan, J. (23 de septiembre de 2005). La crisis del sistema político ecuatoriano. *Íconos - Revista de Ciencias Sociales*(9), 19-26.

Paltán, J. (septiembre de 2005). La crisis del sistema político ecuatoriano y la caída de Gutiérrez. *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*(23), 45-52.

Peña Jiménez, P., & Ortiz Sobrino, M. Á. (2011). El eslogan político español en la campaña de elecciones generales de 2008. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 549-568.

Polga - Hecimovich, J. (2013). Ecuador: Estabilidad institucional y la consolidación del poder de Rafael Correa. *Revista Ciencias Política (Santiago)*, 135-160.

Pons, J. j., & Bullich, I. (2017). *Tipografía*. Catalunya: Universitat Oberta de Catalunya.

Recalde, P. (2007). Elecciones presidenciales 2006: una aproximación a los actores del proceso. *Íconos* , 15-25.

Richard, E. (2008). Álvaro Uribe: la comunicación por la imagen. *Principios de marketing político*. *Revista Opera*, 73-100.

Riorda, M. (2008). "Gobierno bien, pero comunico mal". *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 40.

Rivera Costales, J. (octubre de 2014). Rafael Correa y las elecciones 2006. *Inicios del Marketing y Comunicación política digital en Ecuador*. Chasquis. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 116-123.

Salas, E., & Serratore, N. (2015). Análisis de herramientas de Marketing Político, utilizadas en campañas presidenciales del Ecuador (Período 1984-2008). *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 11-14.

Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gili.

Sánchez Calderón, H. (2015). *Guía de Planificación de medios*. Quito, Ecuador: HSC Comunicación.

Scott M., D. (2002). *La marca: Máximo valor de su empresa*. México: Pearson Educación.

Sosa- Buchholz, X. (1999). The Strange Career of Populism in Ecuador. In *Populism in Latin America*.

# Agradecimientos



Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a las personas e instituciones que han facilitado este proyecto de investigación, resultado que se muestra a lo largo de las páginas de este libro. Especialmente al Museo de la Democracia del Consejo Nacional Electoral, y a la Biblioteca Ecuatoriana Aurelio Espinosa Pólit, por su cálida acogida y facilidades para la obtención del material sujeto de investigación. A mi amigo, Mgs. Edison Velarde, por su invaluable conocimiento y su apertura para compartirlo.

A los docentes de la carrera de Diseño y Publicidad de la Facultad de Ciencia y Tecnología, de la Universidad Técnica del Norte, en especial a los Mgs. Santiago Loaiza y Mgs. Gandhi Godoy por su valioso apoyo y guía, en este viaje.

Finalmente a mi esposa y compañera, María, por su apoyo en la travesía de la vida, por su paciencia y su impulso para lograr esta meta.

**¡Mil gracias a todos!**



Candidato Guillermo Lasso en la campaña- año 2013  
Foto: Luis Astudillo C. /Agencia de Noticias Andes

**30E**  
**0100**  
**EDITORIAL**  
**UIN**  
IBARRA - ECUADOR

