



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

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

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

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"> • Maestros • Nosotros y ellos • Heroicos • Pseudomitos

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"> • Gran comunicador • Jefe visionario • Héroe • Figura paterna • Guardián de los valores • Comandante en jefe • Líder mundial • Primer legislador • Primer educador • Primer administrador

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 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

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)

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

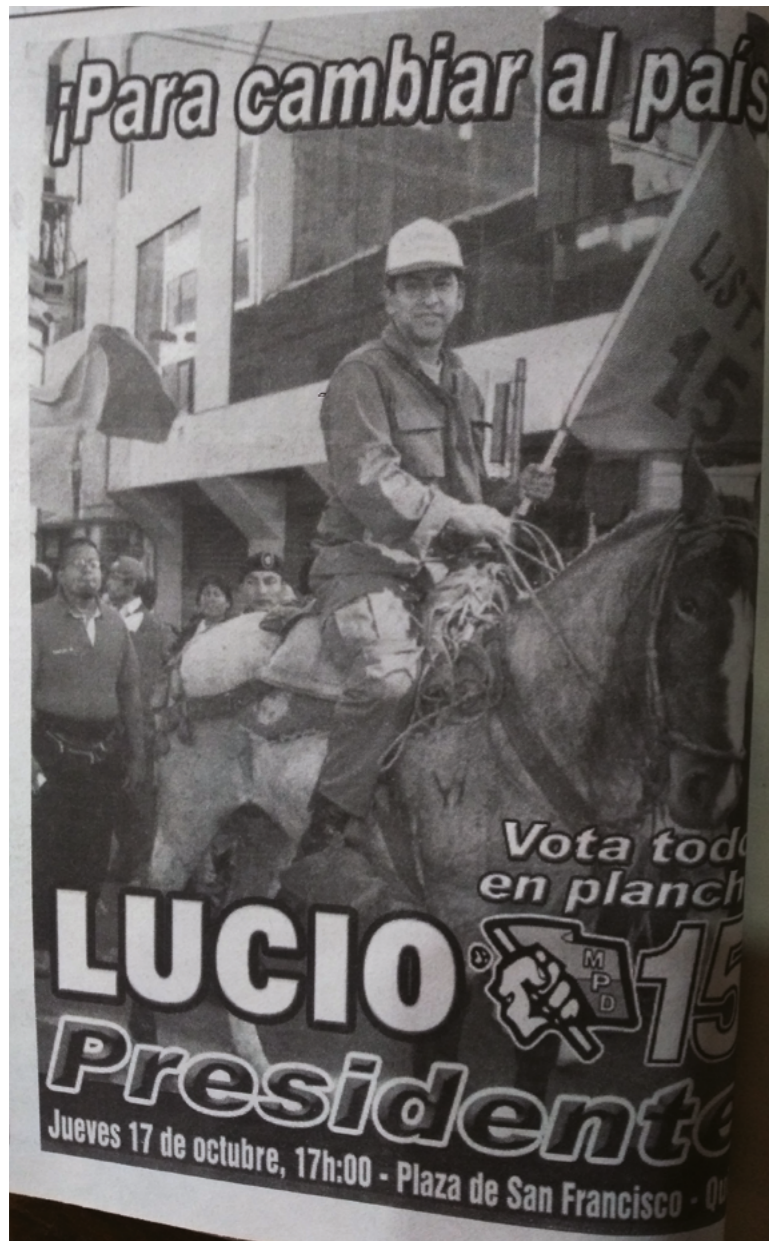
	<i>Partido</i>	<i>Votos</i>	<i>Porcentaje</i>
Lucio Gutiérrez	PSP	943.123	20,6
Álvaro Noboa	PRIAN	794.614	17,4
León Roldós	RP	703.593	15,4
Rodrigo Borja	ID	638,142	14
Jacobo Bucaram	PRE	544,688	11,9
Jacinto Velázquez	TSI	169.311	3,7
Ivonne Baki	META	79.598	1,7
Cesar Alarcón	PL	54.793	1,2
Oswaldo Hurtado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

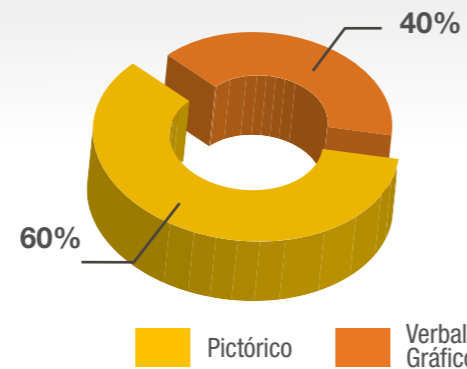
Signos de identidad:

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

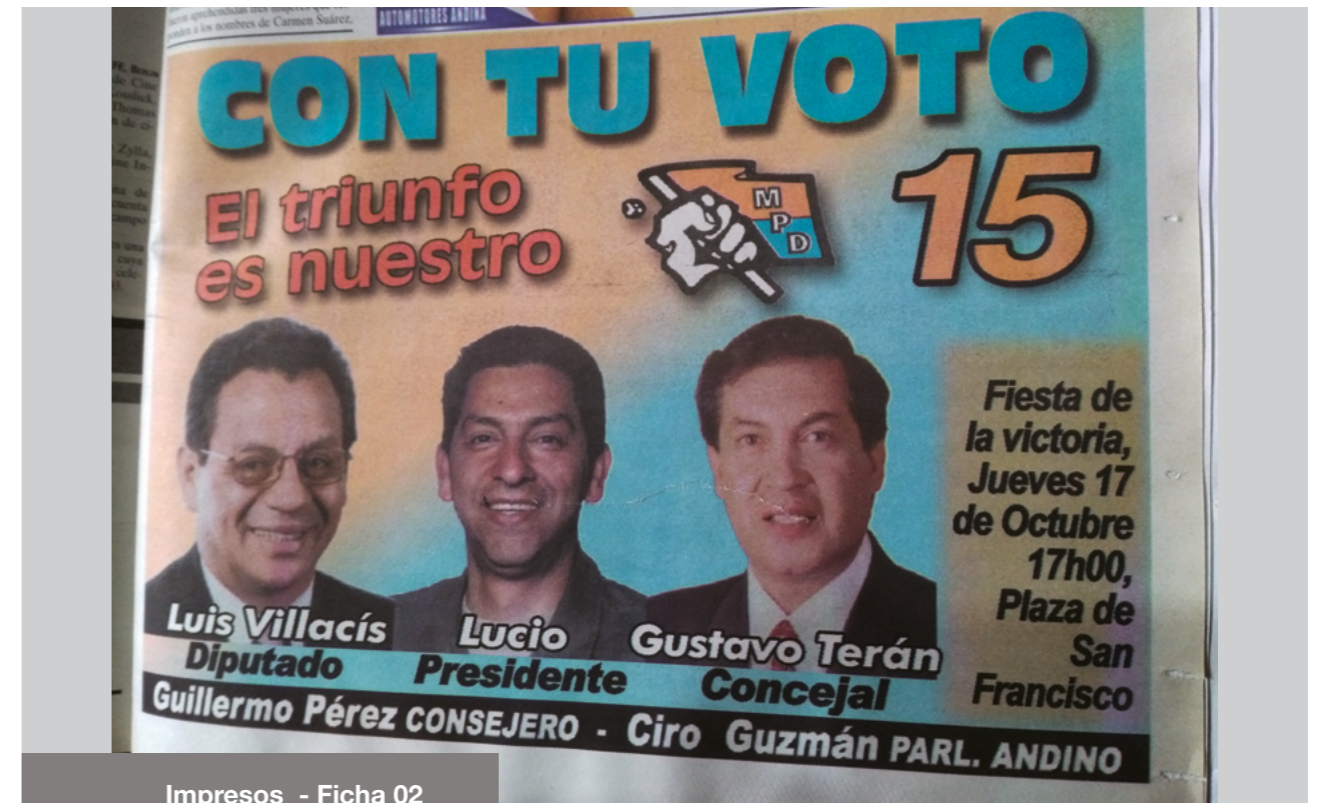
Cromática:



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

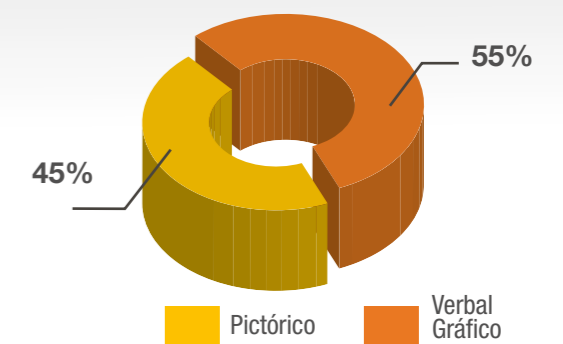
Signos de identidad:

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

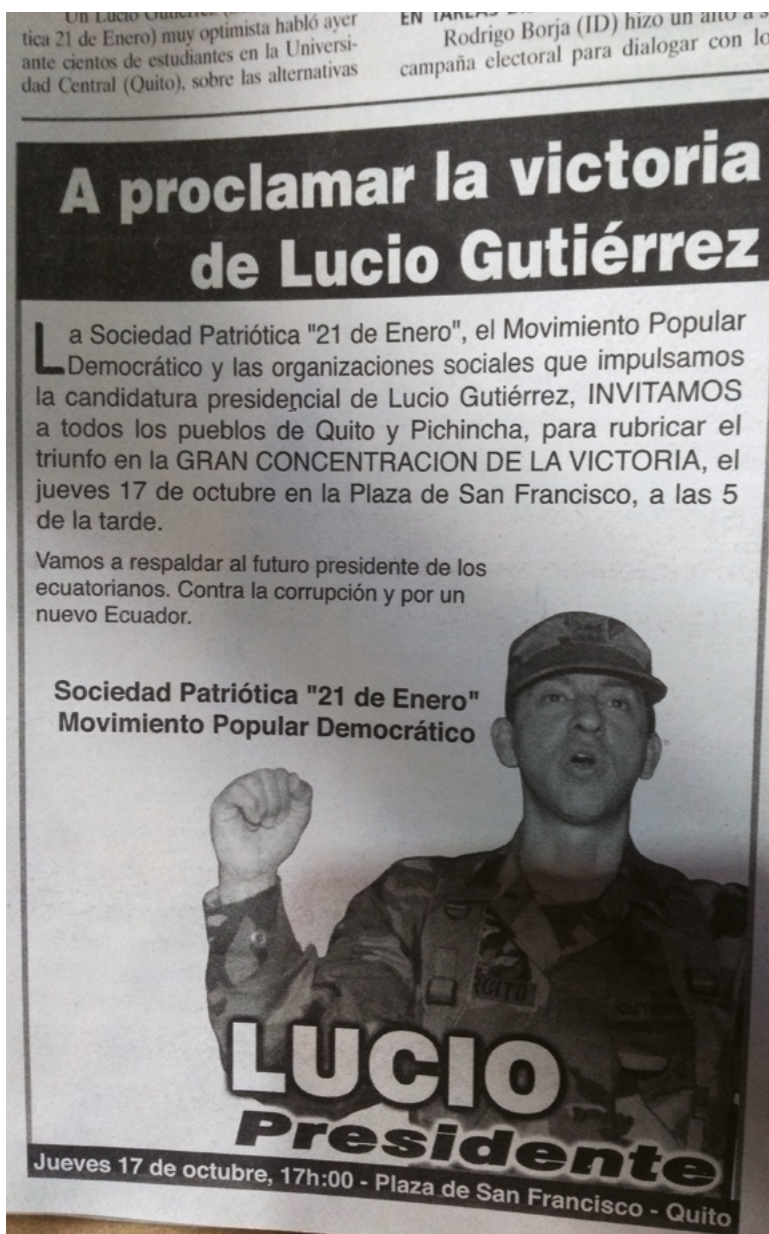
Cromática:



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:

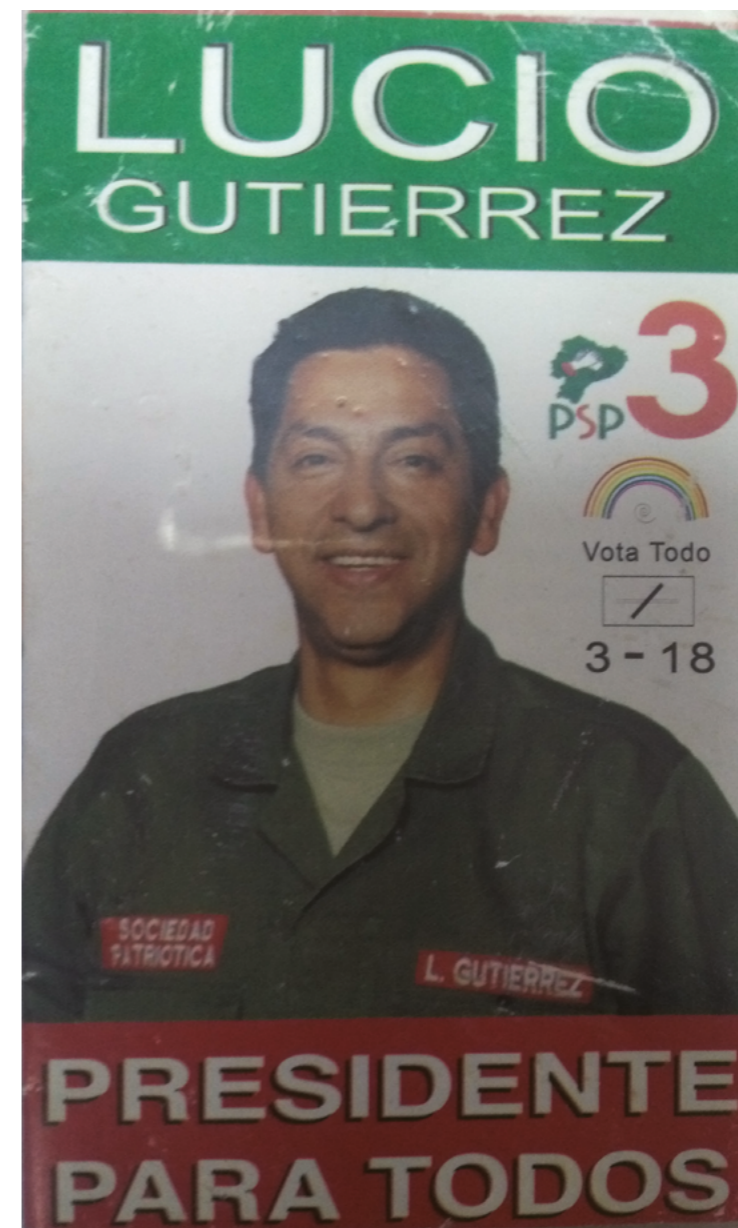
Diario Últimas Noticias

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

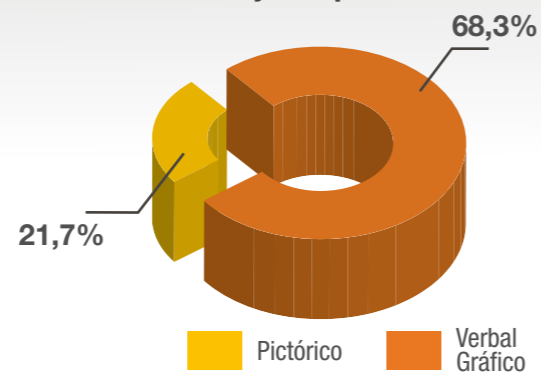
Signos de identidad:

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

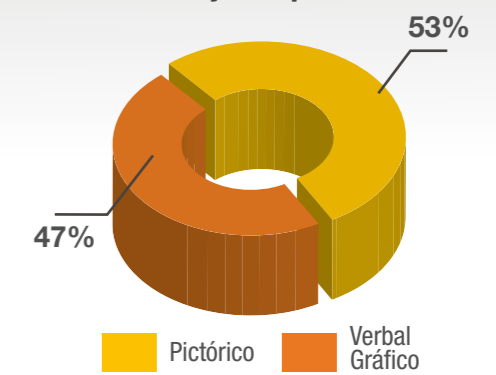
Signos de identidad:

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
consultores de opinión



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

La 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 presiden mo Elec cuerda q de ese a cionará lares de de com reincide electora por seis fractar. La no no es bit encuest Córdov Cedatos hasta el hay una que de cues tas los vota te hay p múnica trument zar una en un d como la sultados Santia Confide la prohib cuestas 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 - ¼ 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

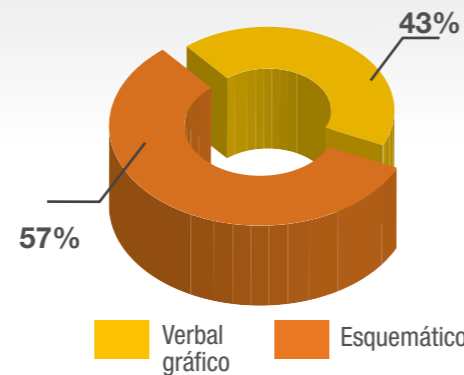
Signos de identidad:

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

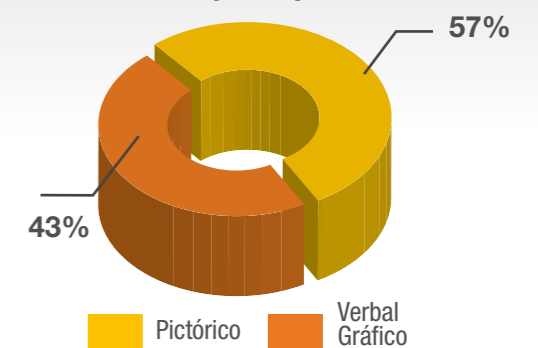
Signos de identidad:

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

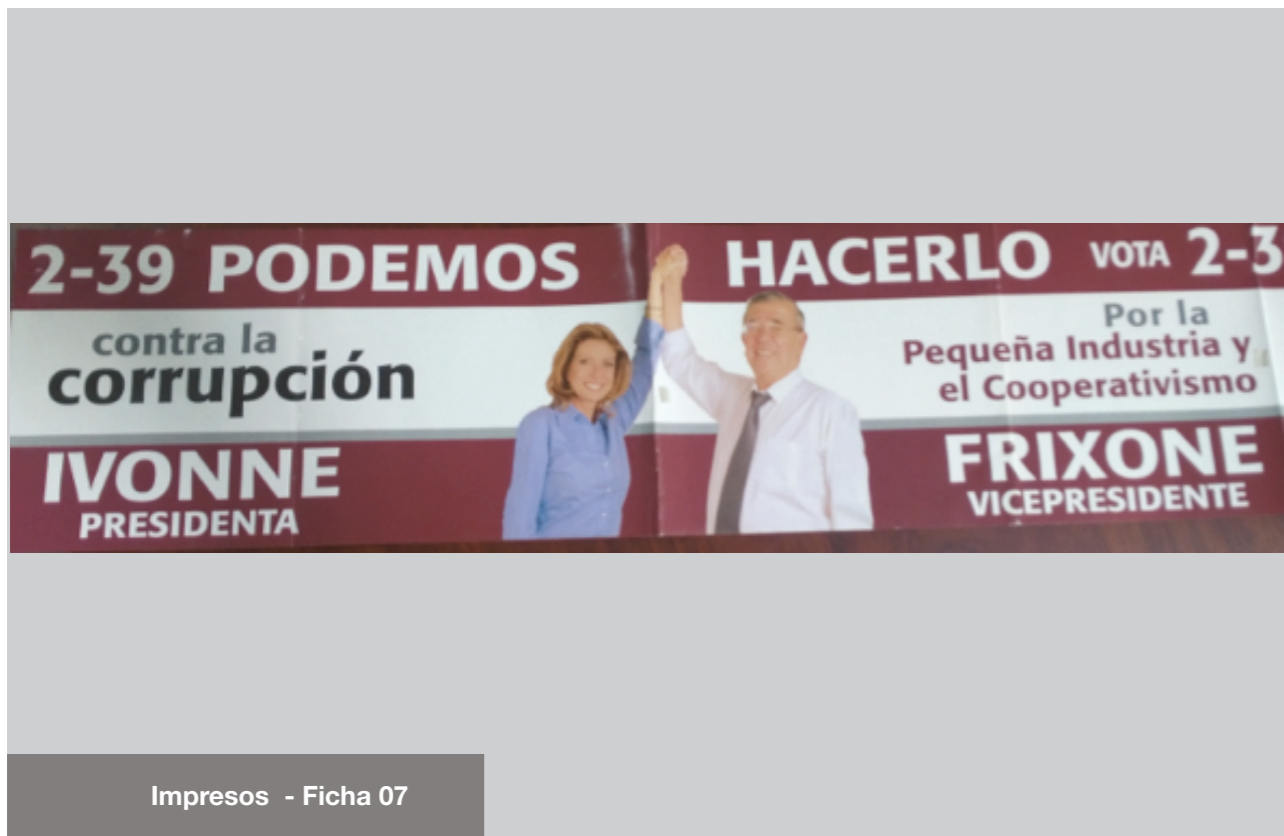
Cromática:



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

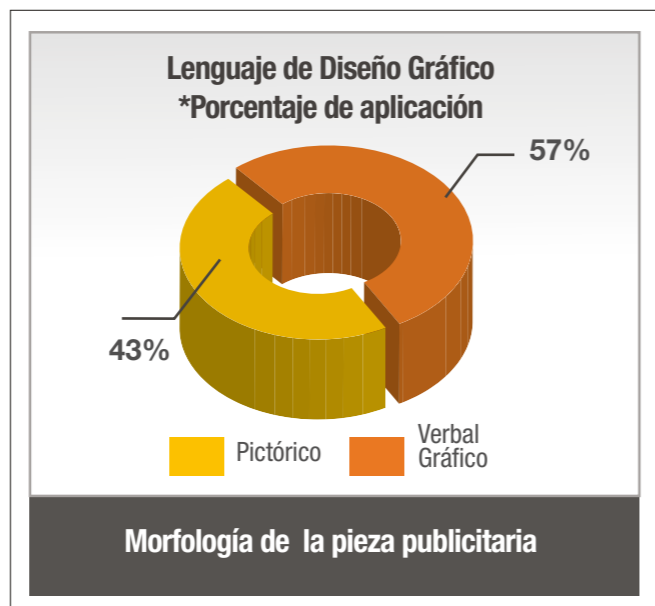
Datos de publicación de la pieza publicitaria

Formato:
Flyer

Fecha:
Octubre 2002

Tipología de la pieza publicitaria

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



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

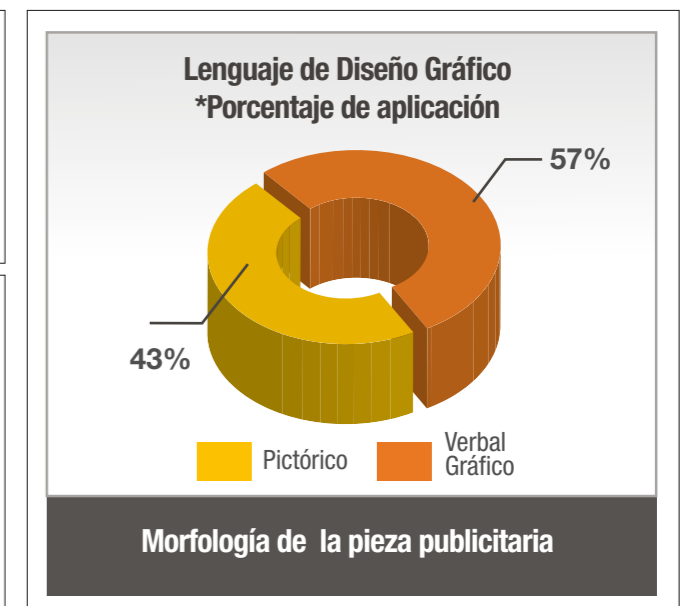
Datos de publicación de la pieza publicitaria

Formato:
Flyer

Fecha:
Octubre 2002

Tipología de la pieza publicitaria

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





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

Tipología de la pieza publicitaria

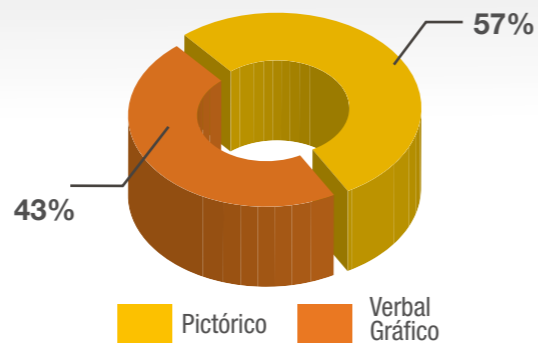
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

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

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

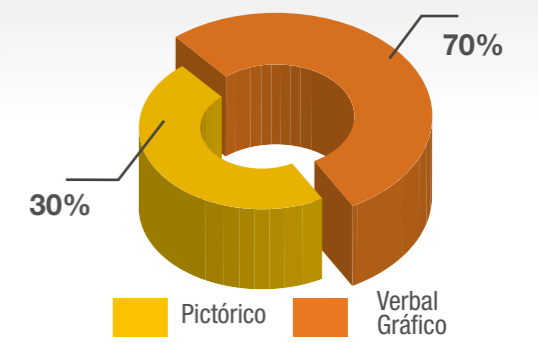
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

Signos de identidad:

Marca: En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 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

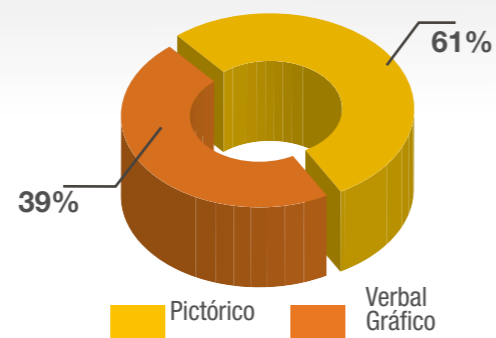
Signos de identidad:

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

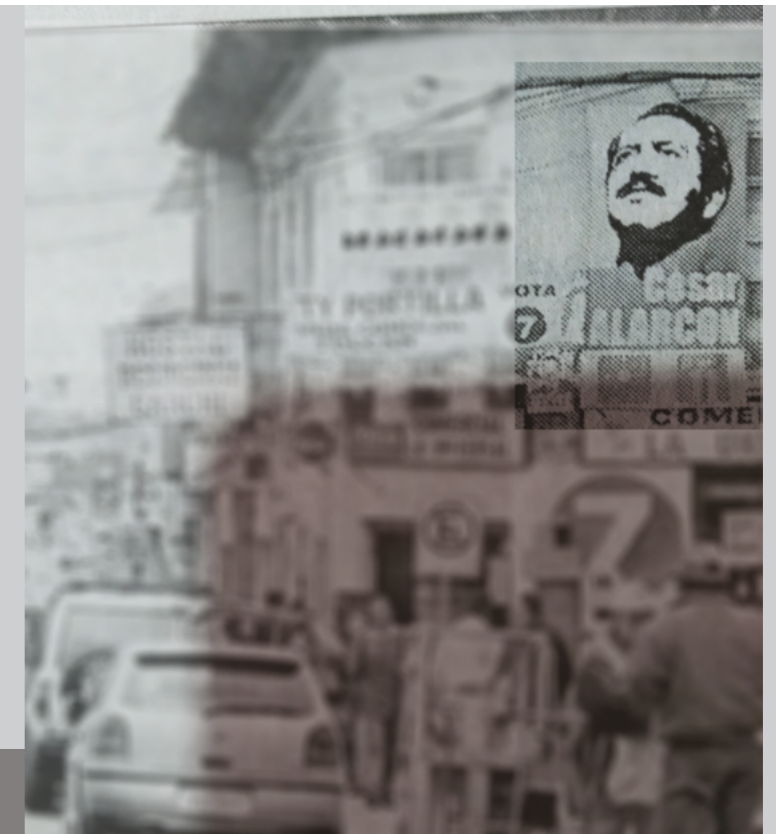
Cromática:



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

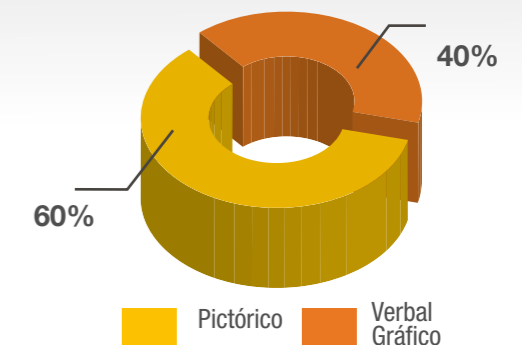
Signos de identidad:

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

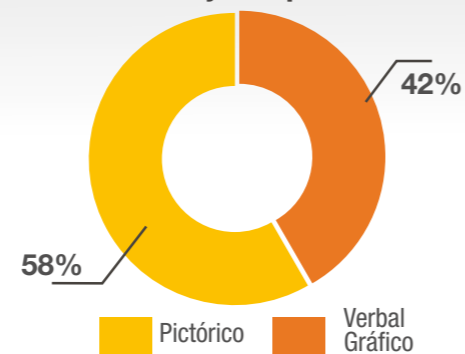
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

Signos de identidad:

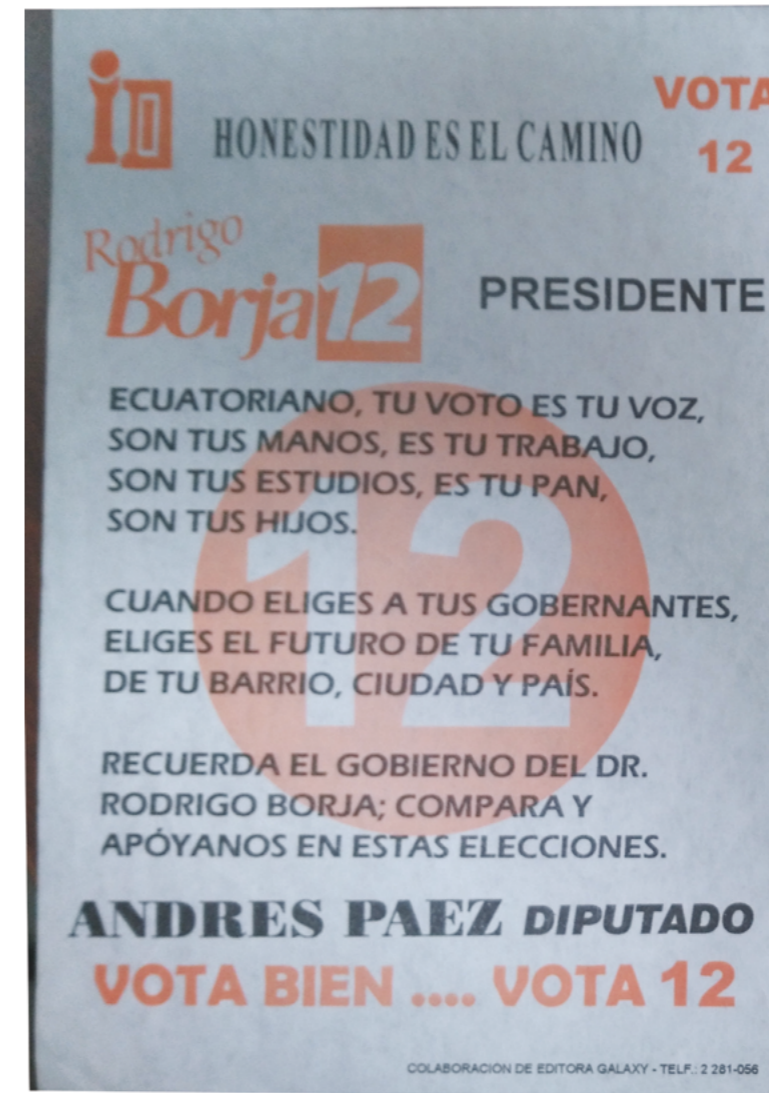
Marca: En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 17%



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

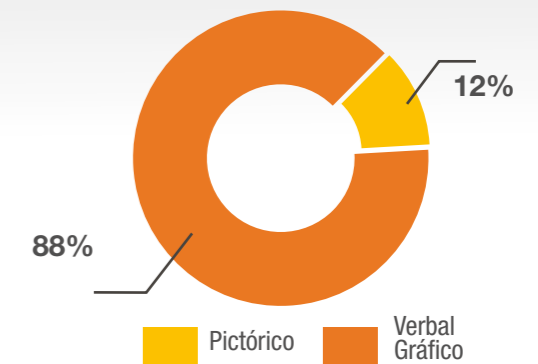
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

Signos de identidad:

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



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

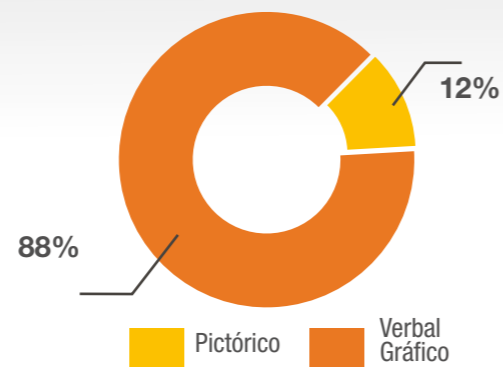
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

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

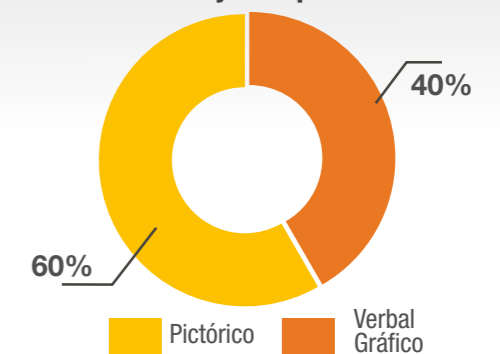
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

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

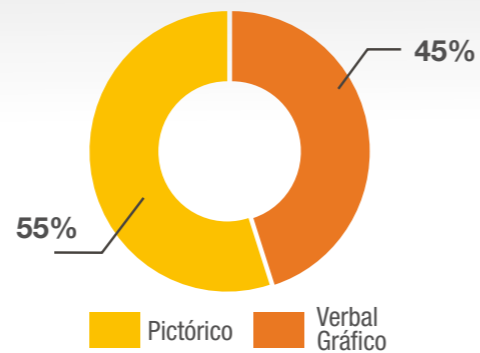
Signos de identidad:

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

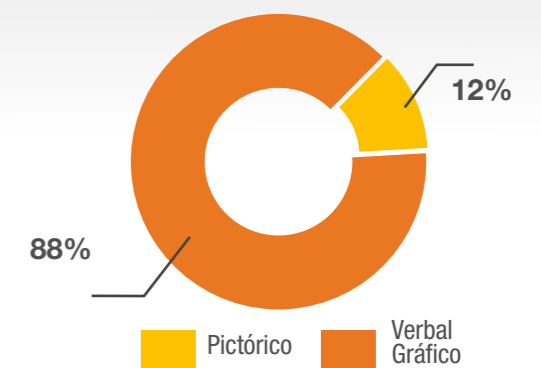
Signos de identidad:

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

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

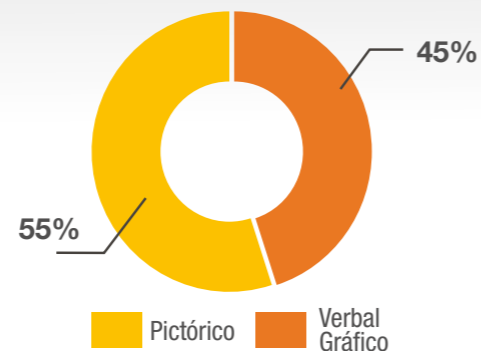
Signos de identidad:

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

Cromática:



Lenguaje de Diseño Gráfico *Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No.20

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 La Hora- Sección B9

Formato:
Aviso -Página completa

Fecha:
Octubre 2002

Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

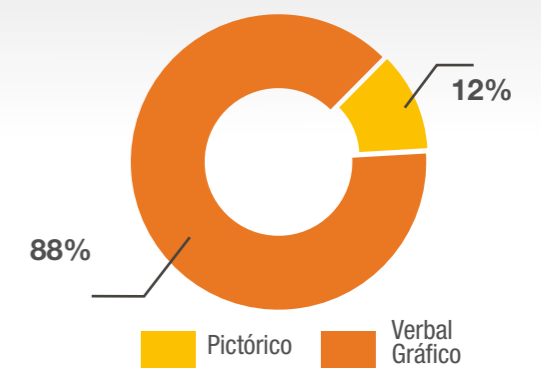
Signos de identidad:

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

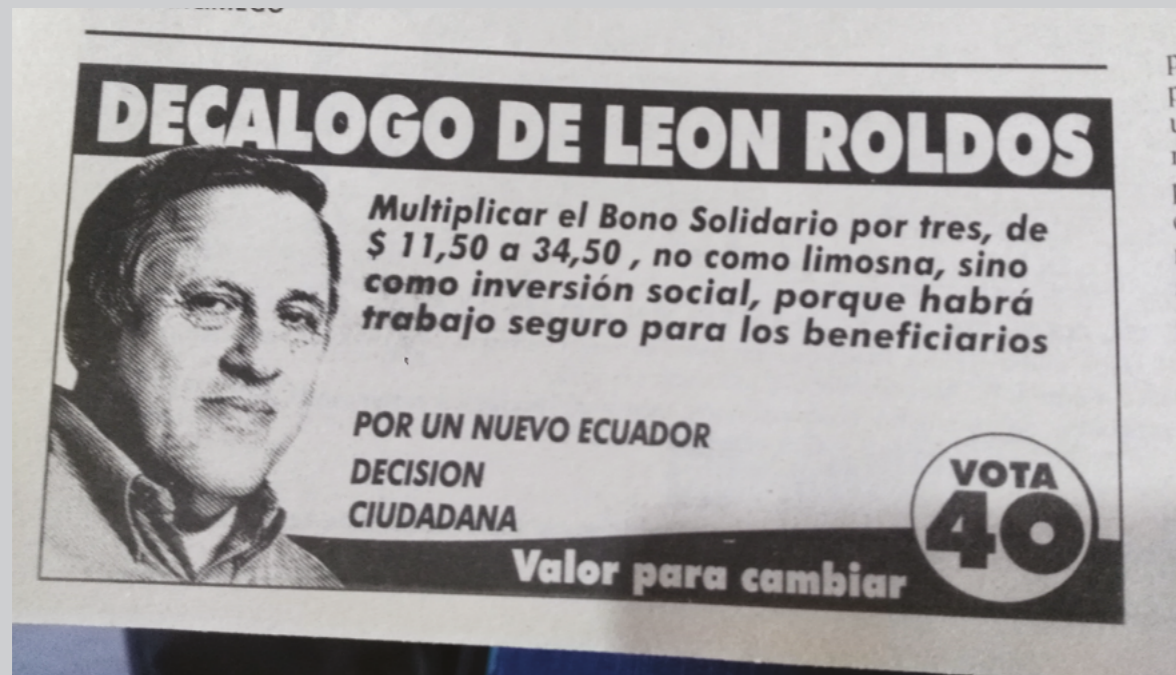
Cromática:



Lenguaje de Diseño Gráfico *Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No.21



Impresos - Ficha No.22

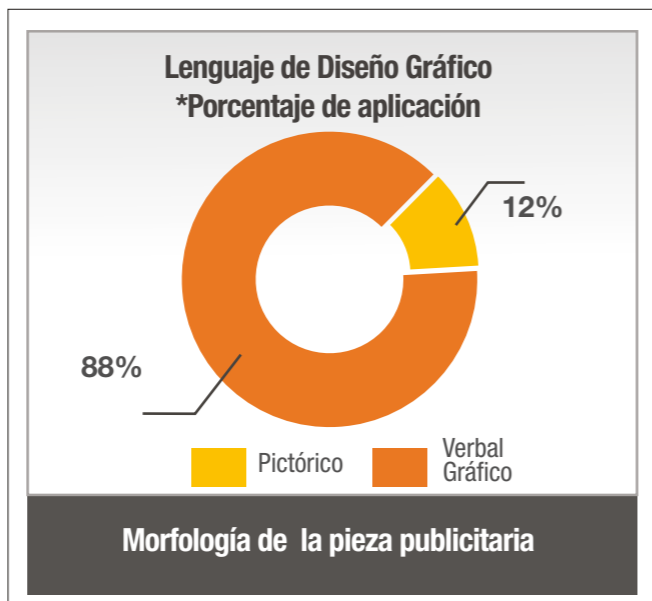
Datos informativos de la pieza publicitaria	Candidato: León Roldós
	Partido /movimiento Movimiento ciudadano
	Contienda electoral: Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Medio: Prensa
	Soporte: Diario El Comercio
	Formato: Aviso - Talón
	Fecha: Octubre 2002

Datos informativos de la pieza publicitaria	Candidato: León Roldós
	Partido /movimiento Movimiento ciudadano
	Contienda electoral: Primera vuelta

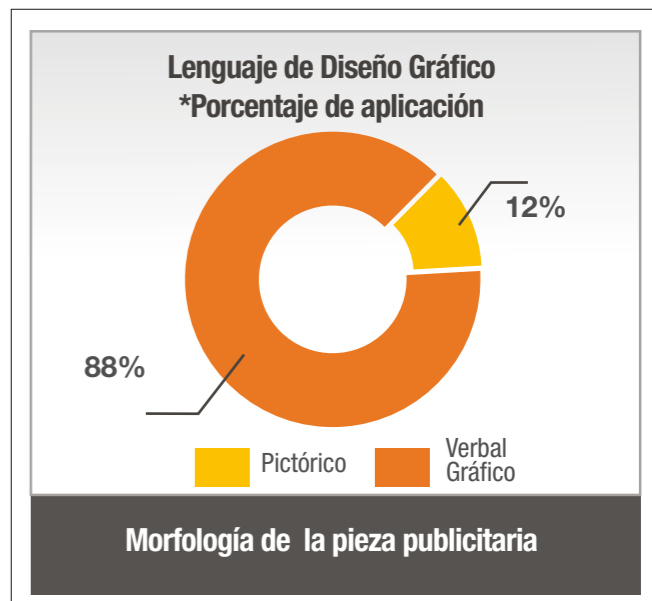
Datos de publicación de la pieza publicitaria	Medio: Prensa
	Soporte: Diario El Comercio
	Formato: Aviso - Talón
	Fecha: Octubre 2002

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

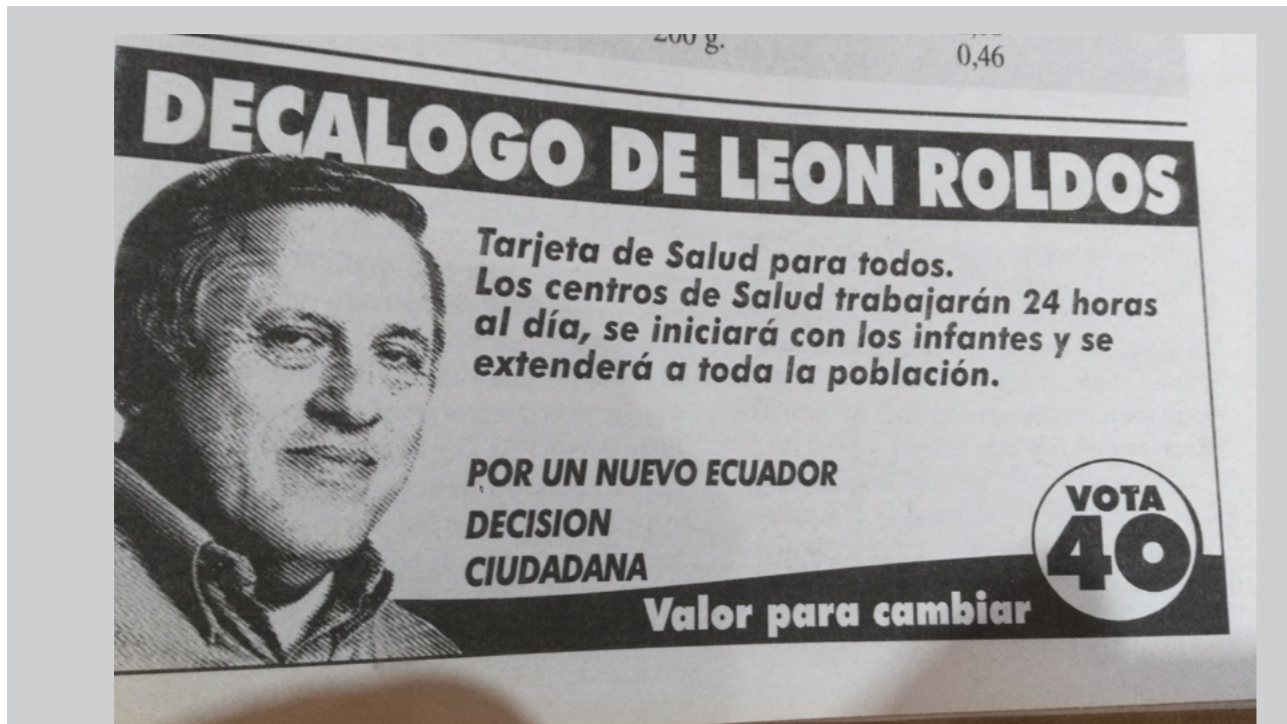


Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,67%
Cromática:	

Tipología de la pieza publicitaria	<ul style="list-style-type: none"> • 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:	



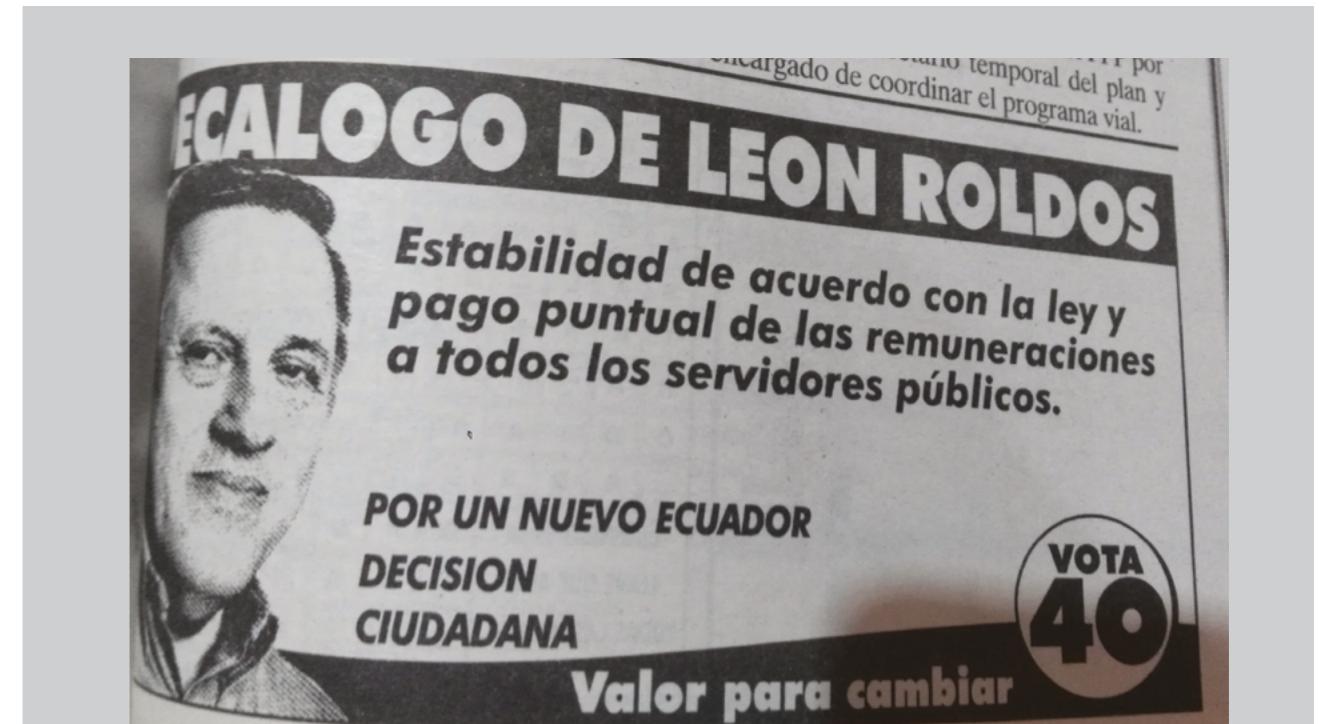
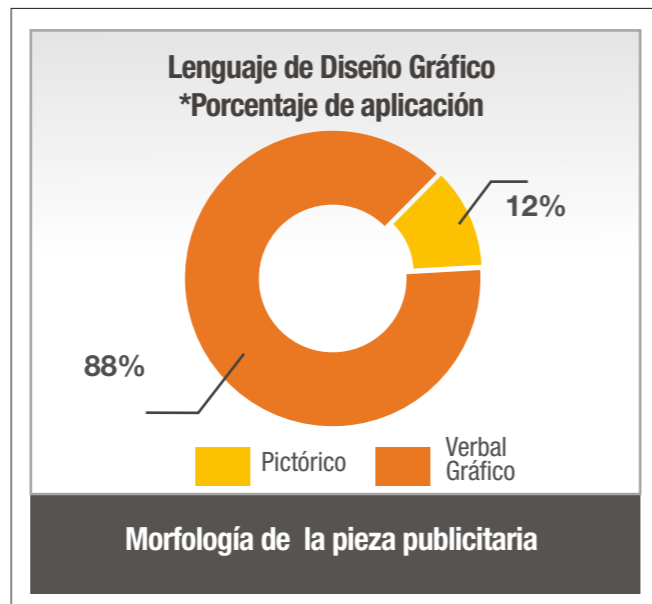
Impresos - Ficha No.23

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:	



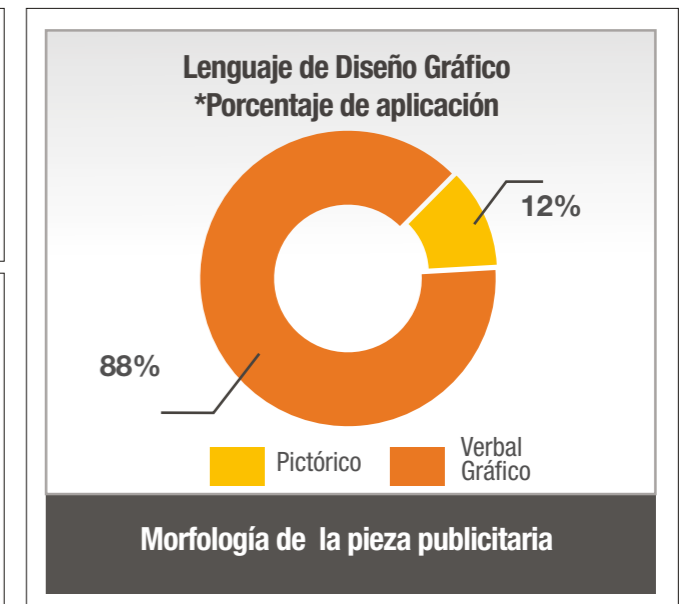
Impresos - Ficha No.24

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:	





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

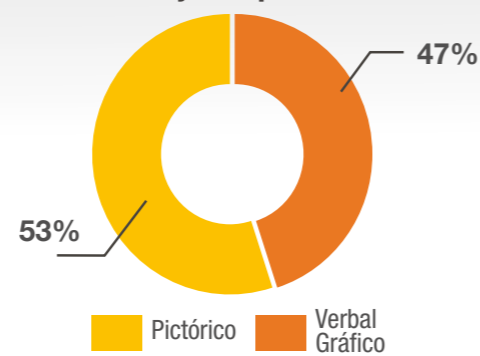
Signos de identidad:

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

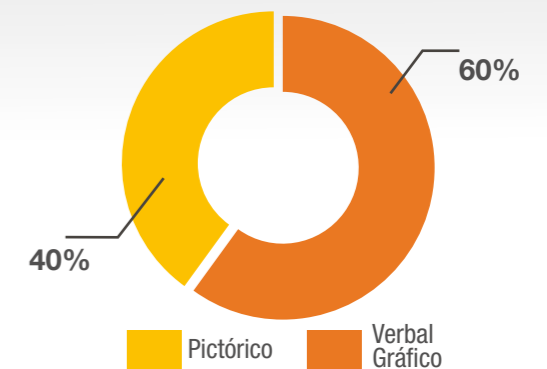
Signos de identidad:

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

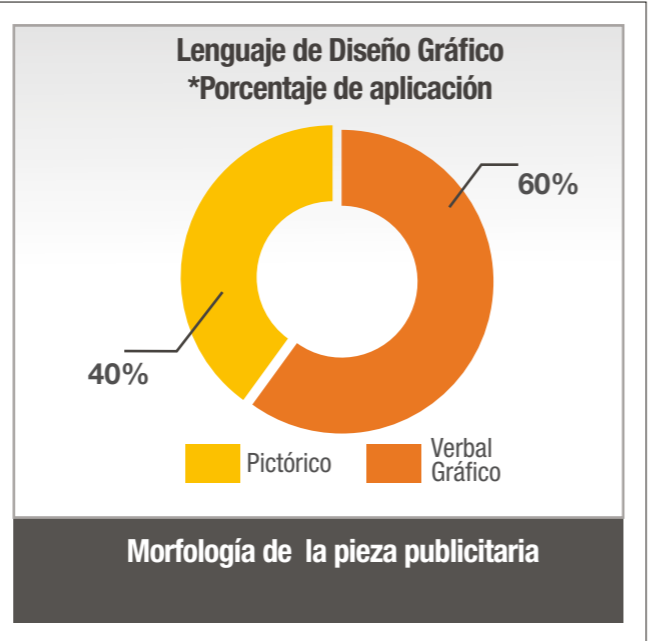
Tipología de la pieza publicitaria

- 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

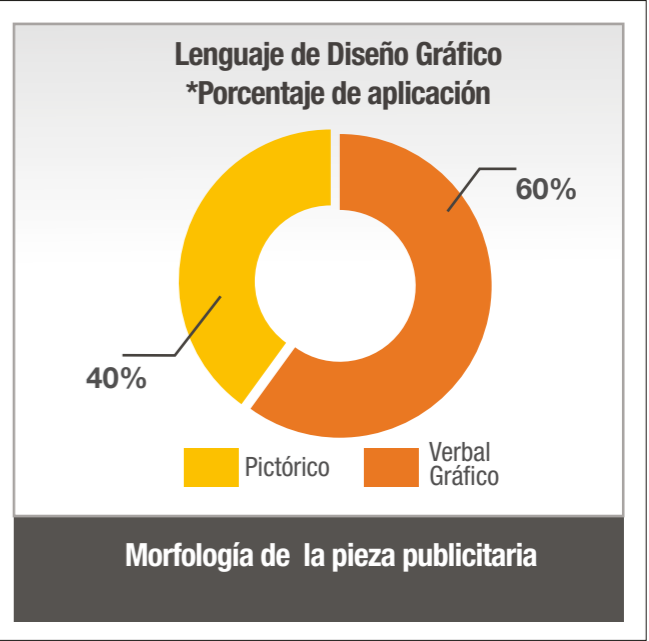
Tipología de la pieza publicitaria

- 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

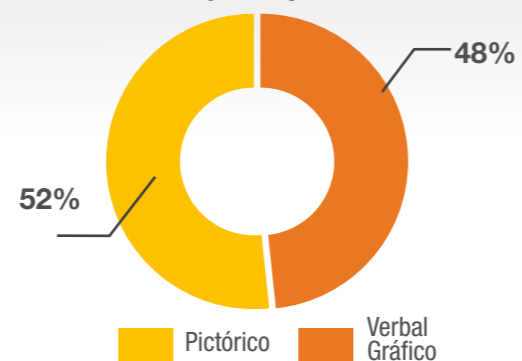
Signos de identidad:

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

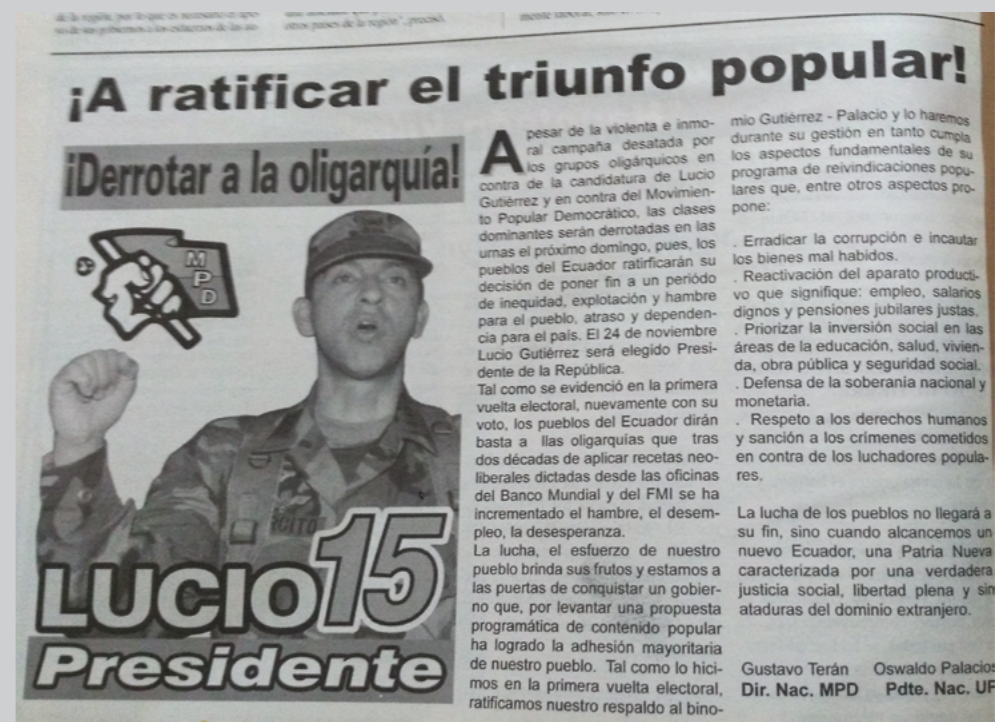
Cromática:



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

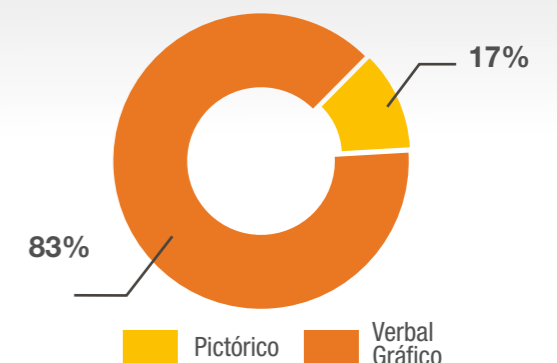
Signos de identidad:

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

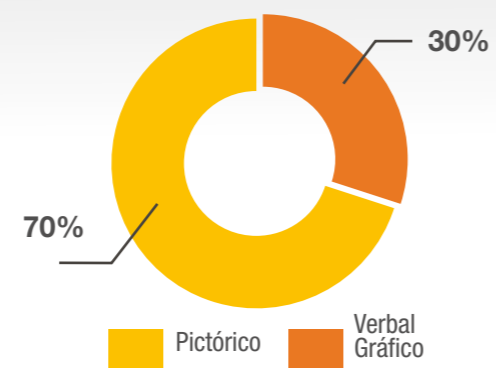
Signos de identidad:

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
Total		9.165.125	100

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
Total		9.165.125	100

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

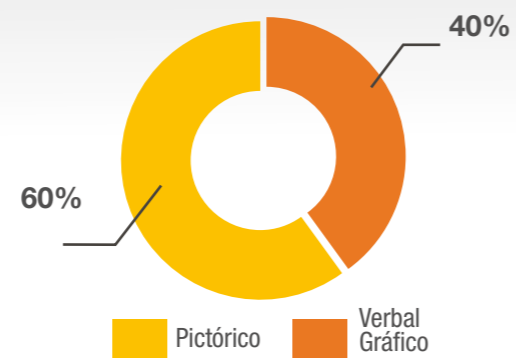
Signos de identidad:

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

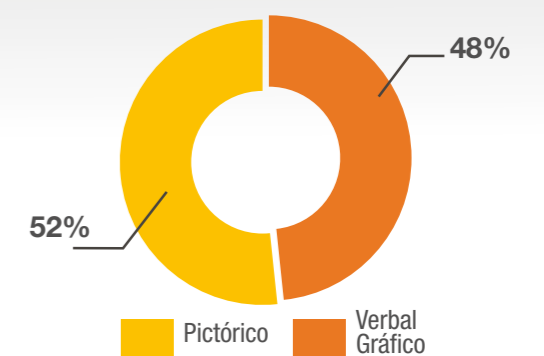
Signos de identidad:

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

Cromática:



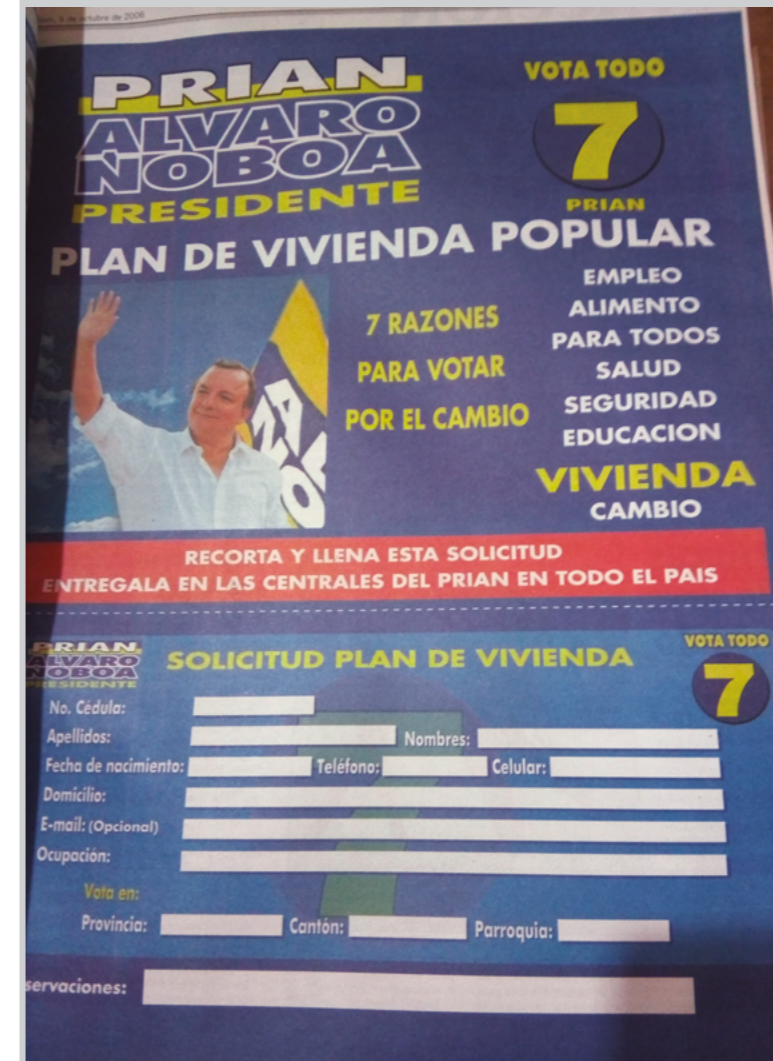
Lenguaje de Diseño Gráfico *Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No. 34



Impresos - Ficha No. 35

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

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

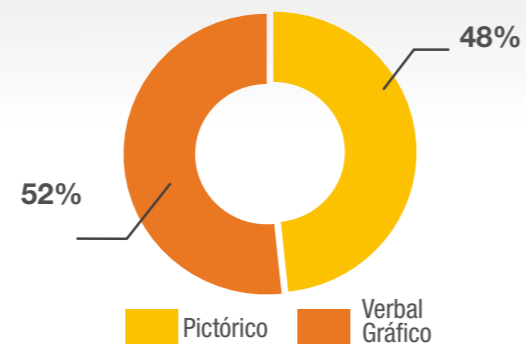
Signos de identidad:

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

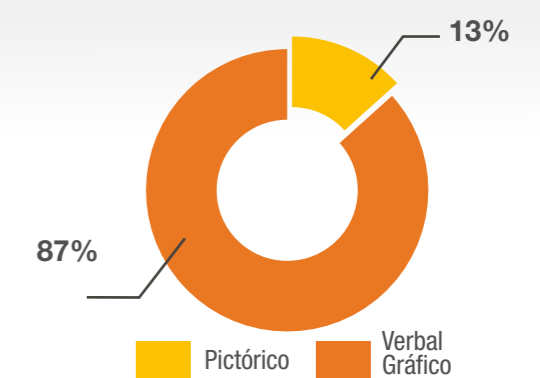
Signos de identidad:

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

Cromática:



Lenguaje de Diseño Gráfico *Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



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

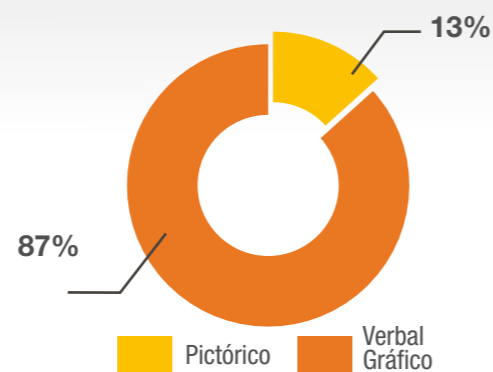
Signos de identidad:

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

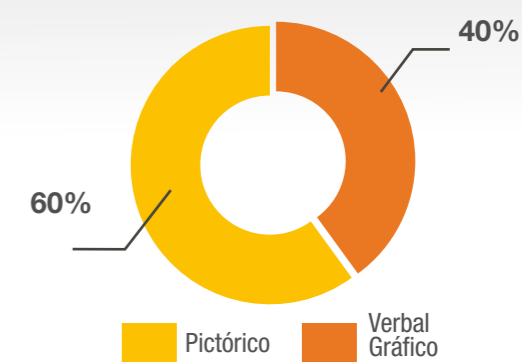
Signos de identidad:

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

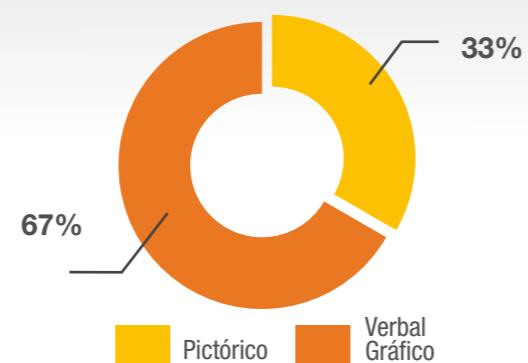
Signos de identidad:

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

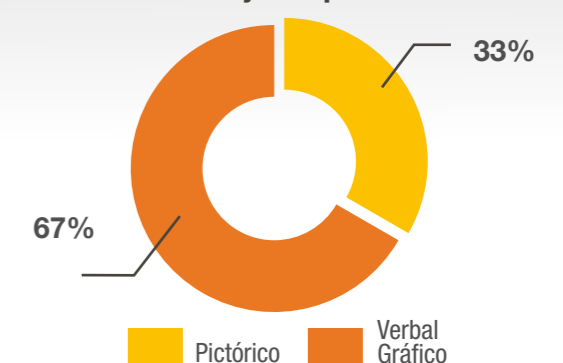
Signos de identidad:

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

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


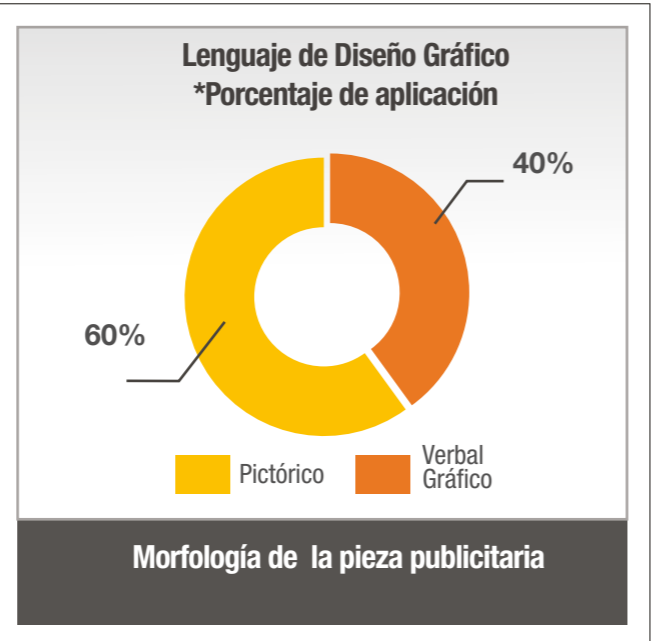
Tipología de la pieza publicitaria

- 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


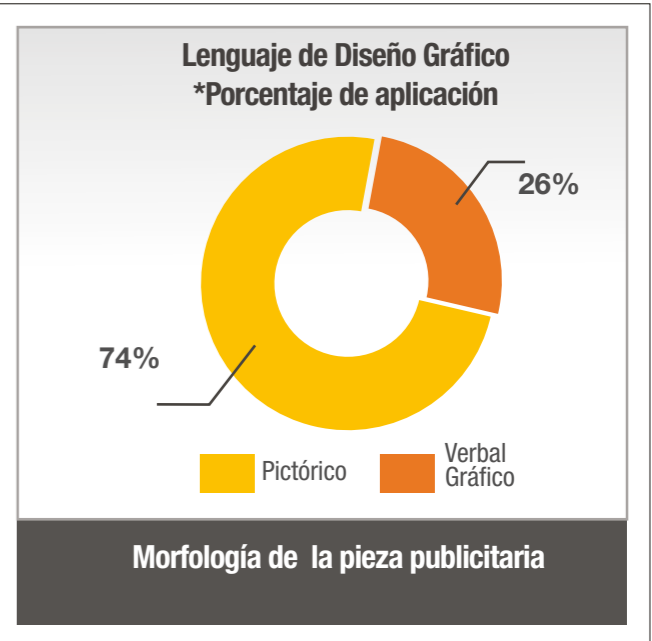
Tipología de la pieza publicitaria

- 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

Datos informativos de la pieza publicitaria

Candidato:
Luis Villacís
Partido /movimiento
MPD
Contienda electoral:
Primera vuelta

Datos de publicación de la pieza publicitaria

Medio:
Prensa
Soporte:
Diario La Hora – Sección B8
Formato:
1/4 página horizontal
Fecha:
03 de octubre 2006

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:
Jefe visionario
Mito:
Nosotros y ellos
Locaciones:
Ascensor de edificio
¿A quién se ve en el spot?
Profesional, payaso

Tipología de la pieza publicitaria

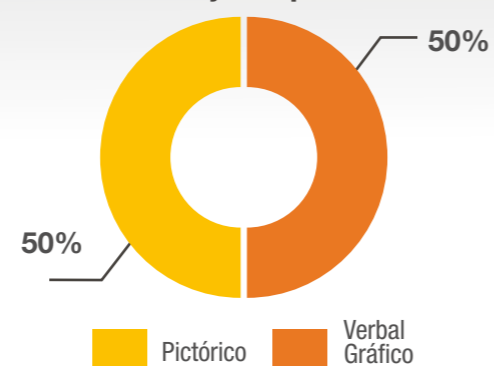
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

Signos de identidad:

Marca: En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 13,3%

Cromática:

Lenguaje de Diseño Gráfico *Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria

Datos de publicación de la pieza publicitaria

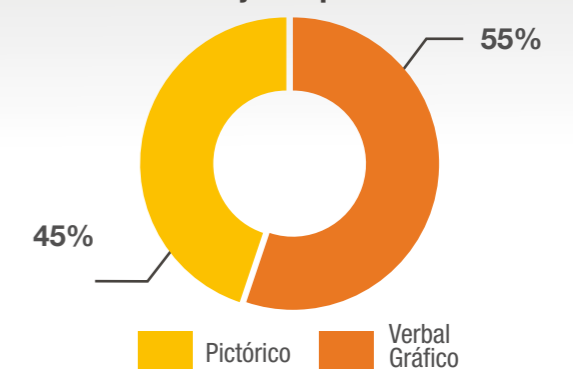
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Octubre 2006
Nombre spot:
Congreso
Duración spot:
00:29

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

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:

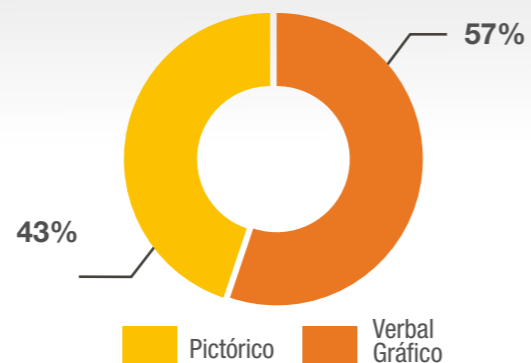
Marca: En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,89%

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:

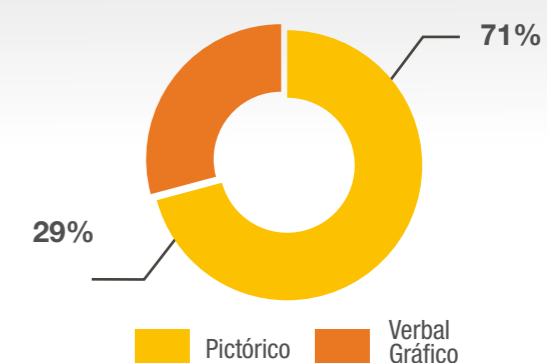
Marca: En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 16,67%

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

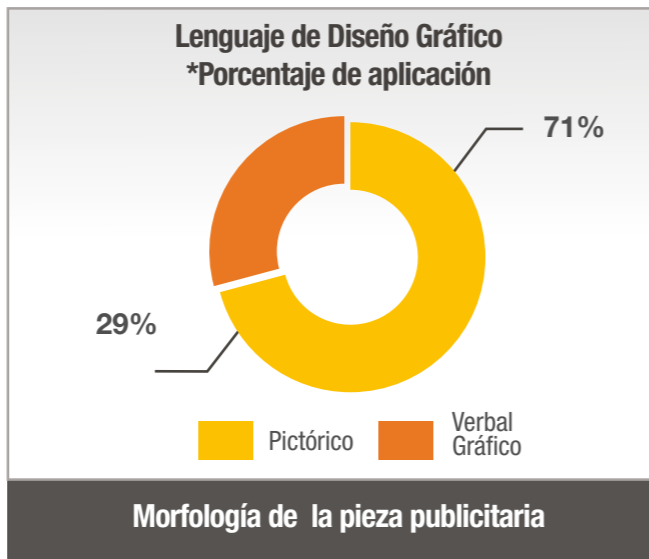
Nombre spot:
Hay políticos

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

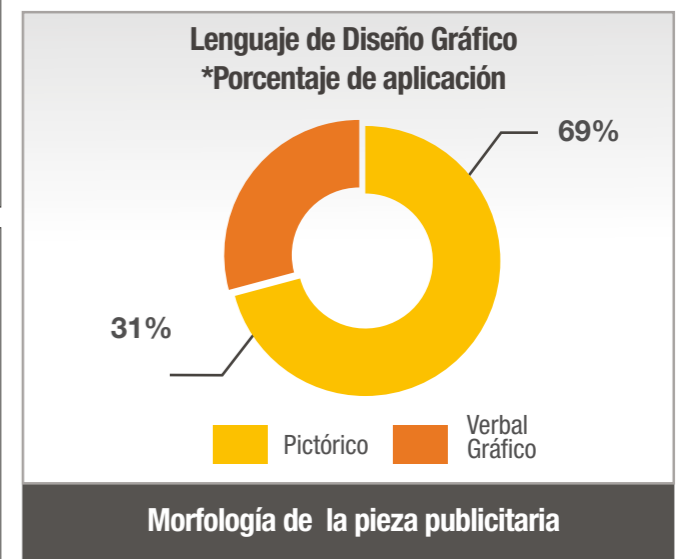
Nombre spot:
Jóvenes

Duración spot:
00:52

Signos de identidad:

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

Cromática:





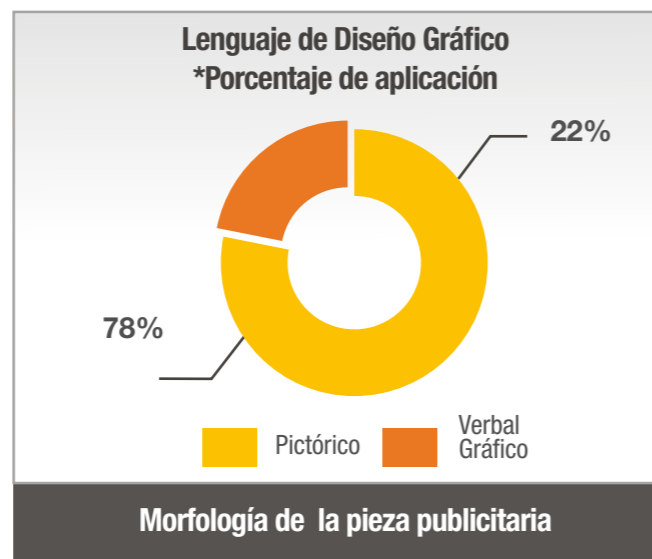
Audiovisuales- Ficha No. 48

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
Mito: Nosotros y ellos	¿A quién se ve en el spot? Dirigentes políticos

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:	



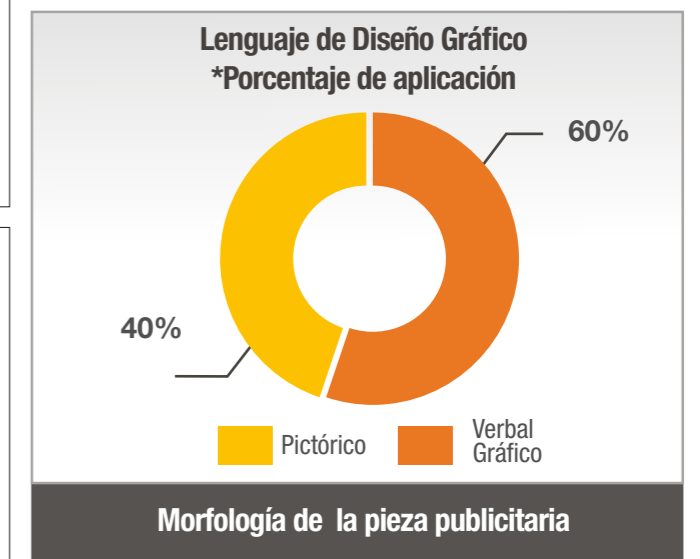
Audiovisuales- Ficha No. 49

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
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: León gacela
	Duración spot: 00:32

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 42 %
Cromática:	





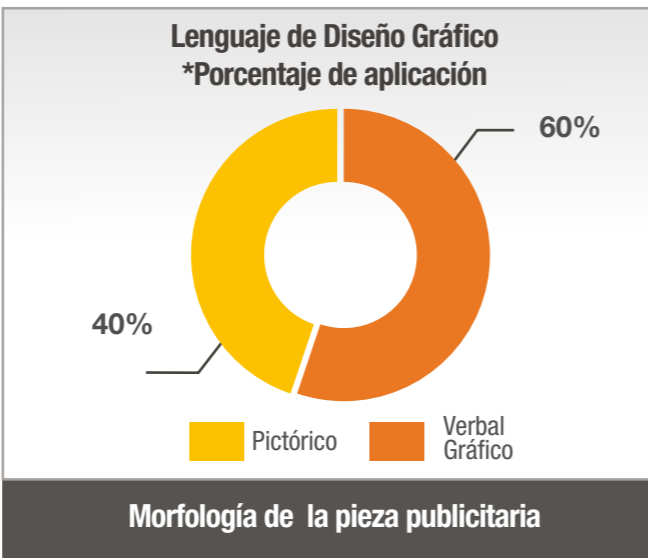
Audiovisuales- Ficha No. 50

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: El gran comunicador	Locaciones: Escenario de campaña
Mito: Nosotros y ellos	¿A quién se ve en el spot? Dirigente indígena

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Octubre 2006
	Nombre spot: Quecha efectivo
	Duración spot: 00:18

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 27,7%
Cromática:	



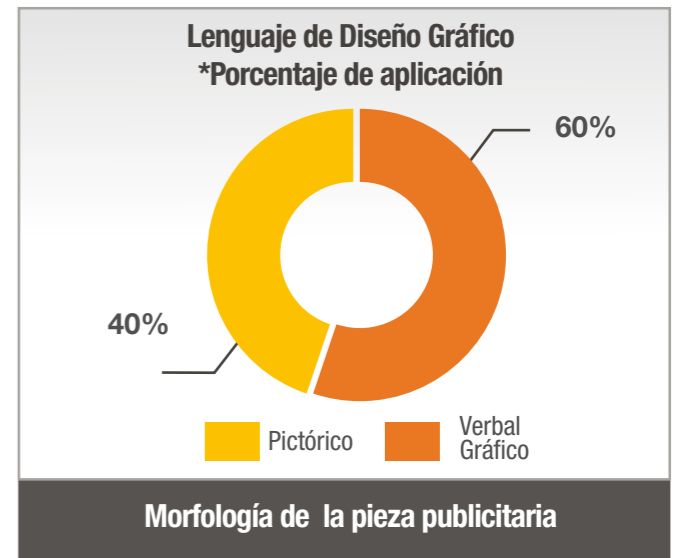
Audiovisuales- Ficha No. 51

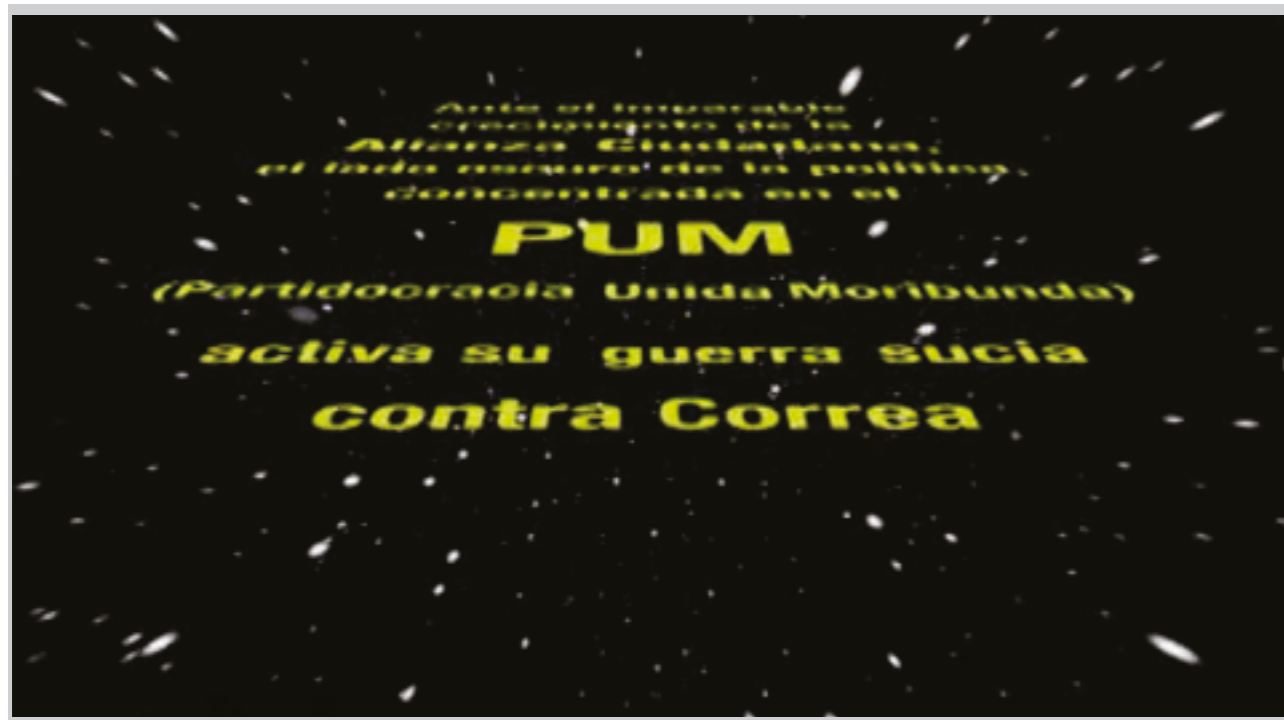
Datos informativos de la pieza publicitaria	Candidato: Rafael Correa
	Partido /movimiento Alianza País
	Contienda electoral: Primera vuelta
	Fuente: Archivo - Movimiento Alianza País

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

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Octubre 2006
	Nombre spot: Rafael y Lenín
	Duración spot: 00:29

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 72,4%
Cromática:	





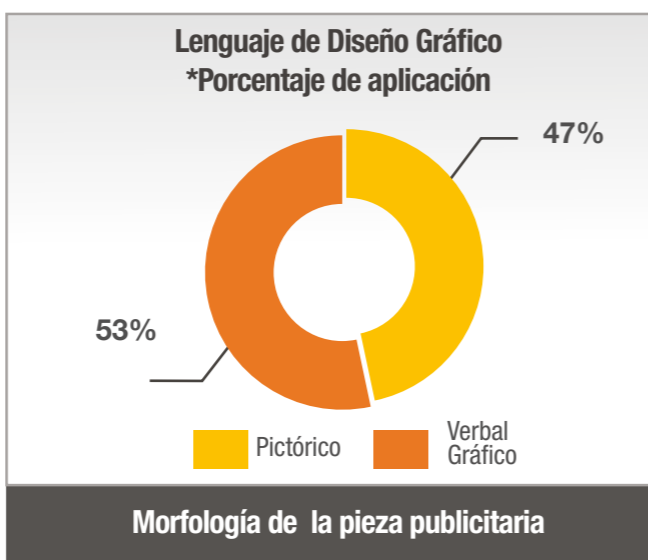
Audiovisuales- Ficha No. 52

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: Oficina
Mito: Nosotros y ellos	¿A quién se ve en el spot? Candidato

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Octubre 2006
	Nombre spot: Star wars PUM
	Duración spot: 00:45

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 72,4%
Cromática:	



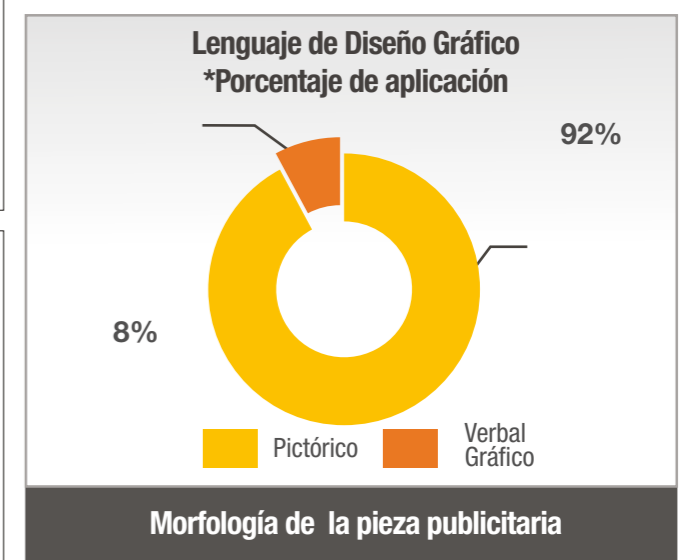
Audiovisuales- Ficha No. 53

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: Jefe visionario	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: No boa no
	Duración spot: 00:51

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 7,84%
Cromática:	





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

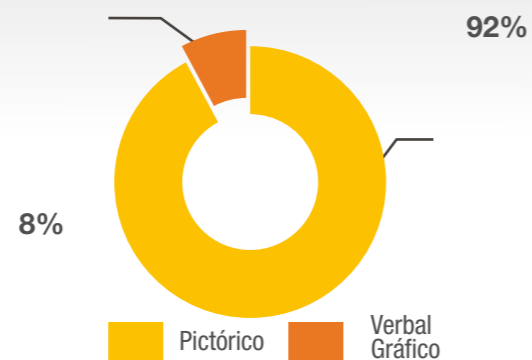
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Octubre 2006
Nombre spot:
Ecuador ya!
Duración spot:
02:00

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

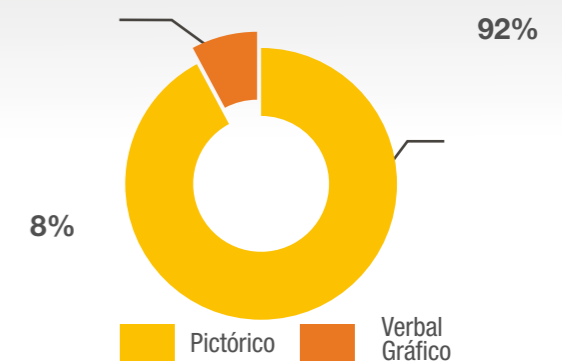
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Octubre 2006
Nombre spot:
Usted por quien vota
Duración spot:
00:56

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



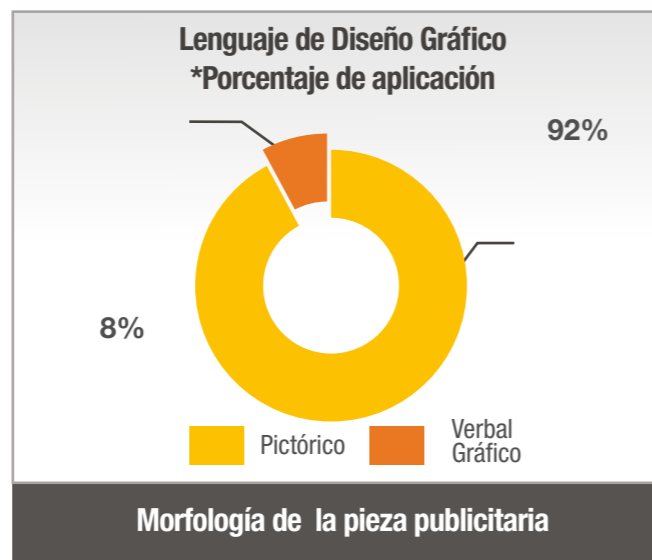
Audiovisuales- Ficha No. 56

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:	



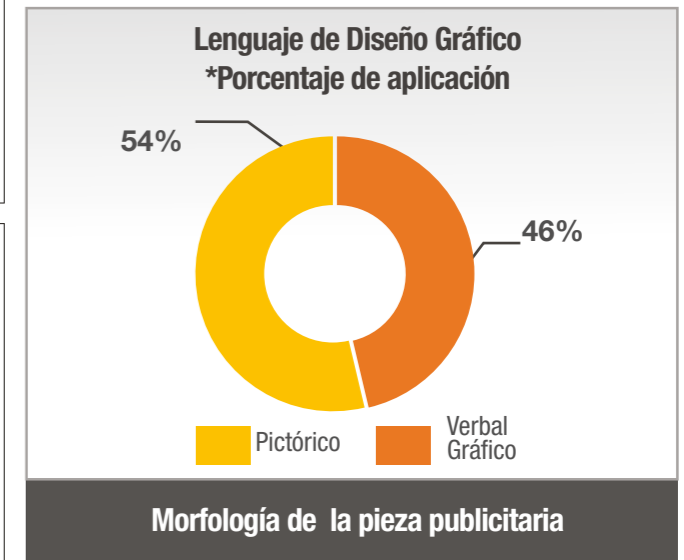
Audiovisuales- Ficha No. 57

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
Mito: Pseudomitos	¿A quién se ve en el spot? Candidato

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. 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
Mito: Pseudomitos
Locaciones: Escenario urbano
¿A quién se ve en el spot? Trabajadores

Datos de publicación de la pieza publicitaria

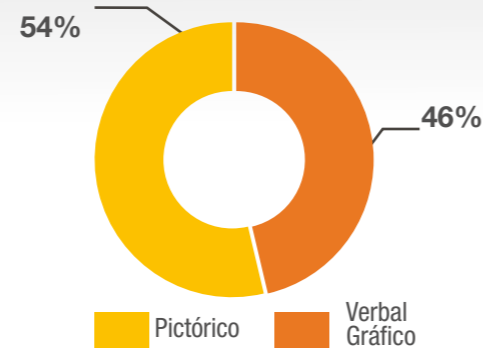
Formato: Spot publicitario
Fecha: Octubre 2006
Nombre spot: Plan de vivienda
Duración spot: 00:54

Signos de identidad:

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

Cromática:

Lenguaje de Diseño Gráfico *Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



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

Datos de publicación de la pieza publicitaria

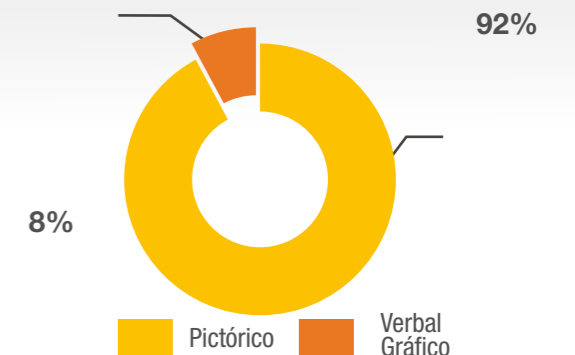
Formato: Spot publicitario
Fecha: Octubre 2006
Nombre spot: Usted por quien vota
Duración spot: 01:00

Signos de identidad:

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

Cromática:

Lenguaje de Diseño Gráfico *Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



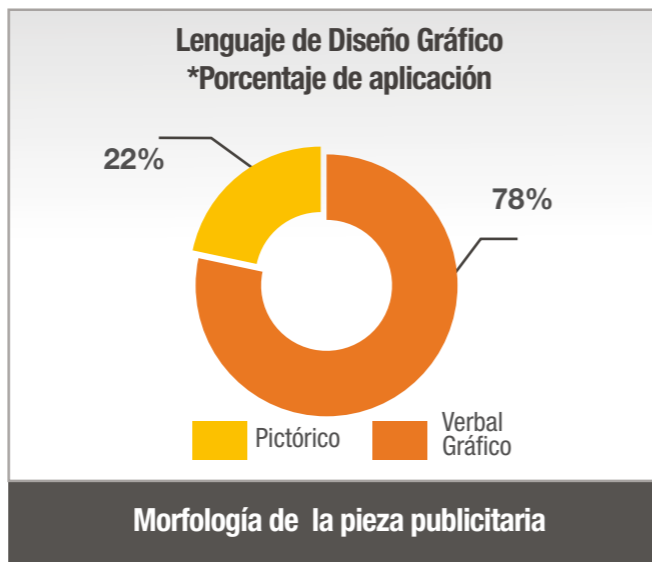
Audiovisuales- Ficha No. 60

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

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

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Octubre 2006
	Nombre spot: Plan de gobierno
	Duración spot: 01:00

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 78,3%
Cromática:	



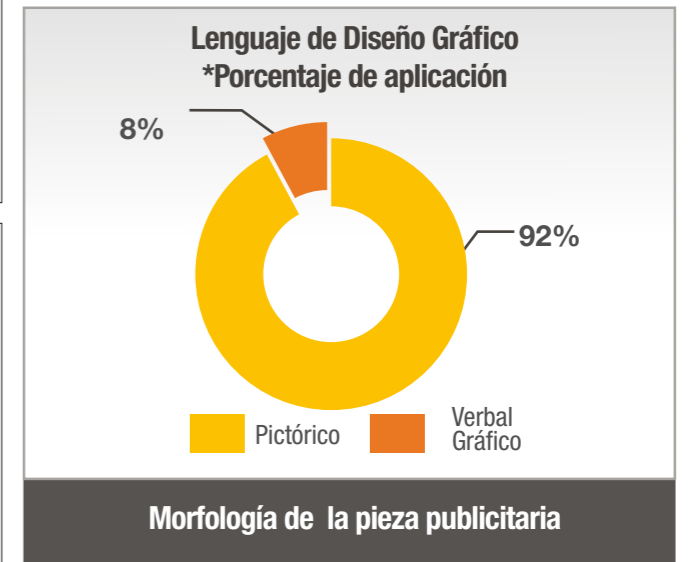
Audiovisuales- Ficha No. 61

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

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

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Octubre 2006
	Nombre spot: Plan de gobierno
	Duración spot: 01:51

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 4,5%
Cromática:	





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

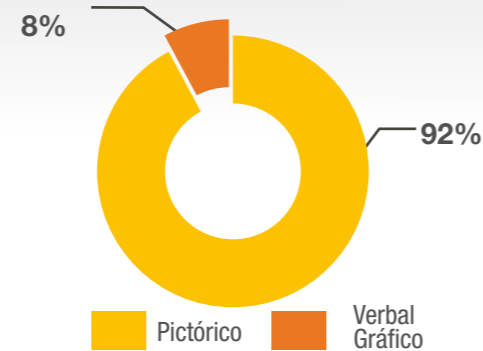
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Octubre 2006
Nombre spot:
Plan de gobierno
Duración spot:
02:00

Signos de identidad:

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



Lenguaje de Diseño Gráfico
*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



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

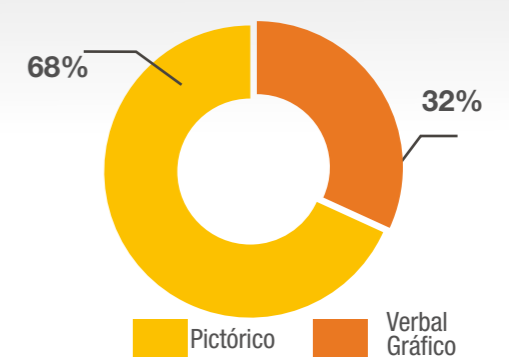
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Octubre 2006
Nombre spot:
Vota 10
Duración spot:
00:22

Signos de identidad:

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



Lenguaje de Diseño Gráfico
*Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria

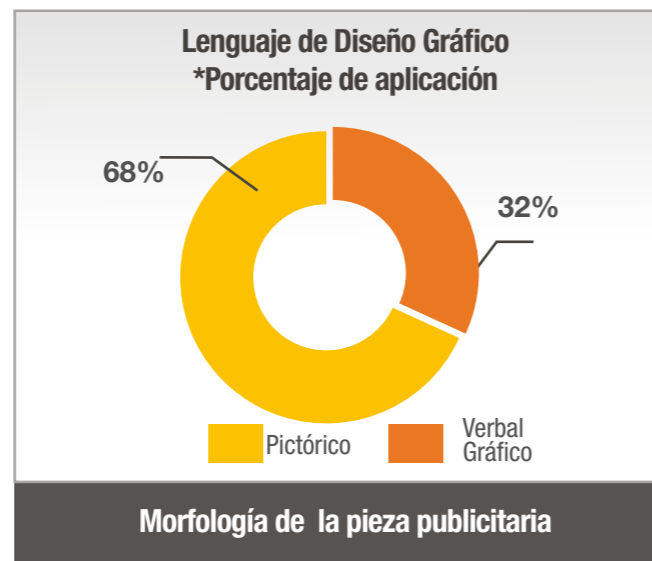


Audiovisuales- Ficha No.64

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- de temas	
Rol simbólico: El jefe visionario	Locaciones: Casa del candidato
Mito: Pseudomito	¿A quién se ve en el spot? Candidato

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Octubre 2006
	Nombre spot: Vota 10
	Duración spot: 01:42



Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 31,8%
Cromática:	

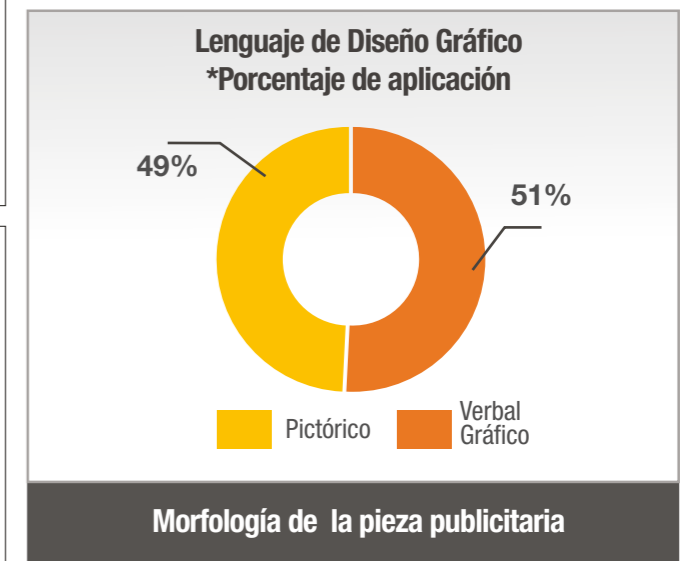


Audiovisuales- Ficha No.65

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: Aeropuerto, País extranjero
Mito: Pseudomito – Nosotros y ellos	¿A quién se ve en el spot? Candidato , viajeros

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Octubre 2006
	Nombre spot: Vota 10
	Duración spot: 01:42



Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,34%
Cromática:	



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

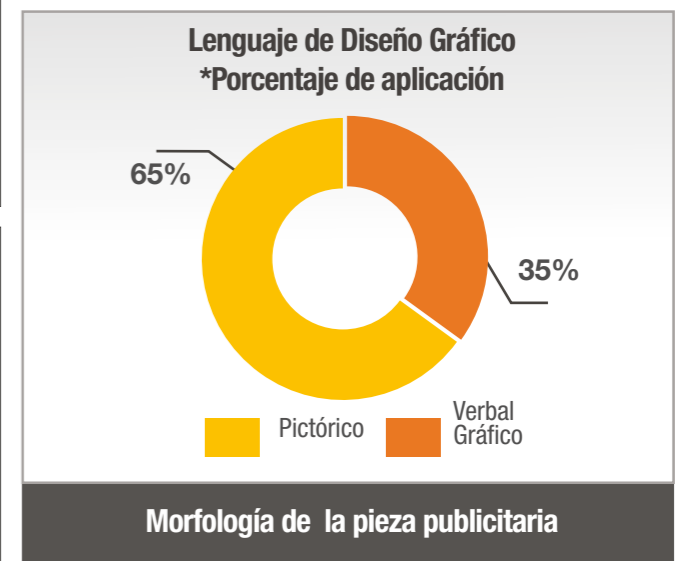
Datos de publicación de la pieza publicitaria

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 Alfariata
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

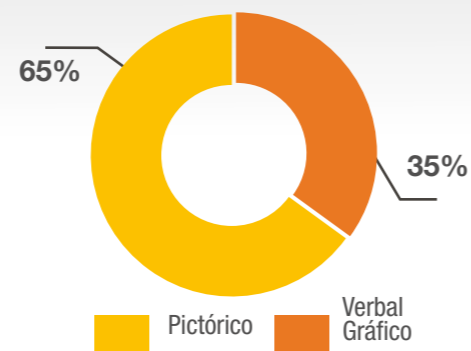
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Octubre 2006
Nombre spot:
Plan de Gobierno
Duración spot:
02:00

Signos de identidad:

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



Lenguaje de Diseño Gráfico *Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



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

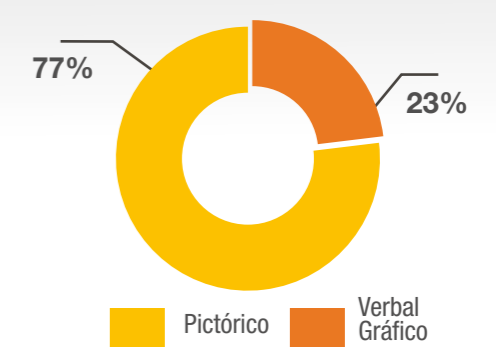
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Octubre 2006
Nombre spot:
Plan de Gobierno
Duración spot:
00:26

Signos de identidad:

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



Lenguaje de Diseño Gráfico *Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Datos informativos de la pieza publicitaria

Candidato:
Rafael Correa

Partido /movimiento
Alianza País

Contienda electoral:
Segunda vuelta

Fuente:
Archivo- Movimiento País

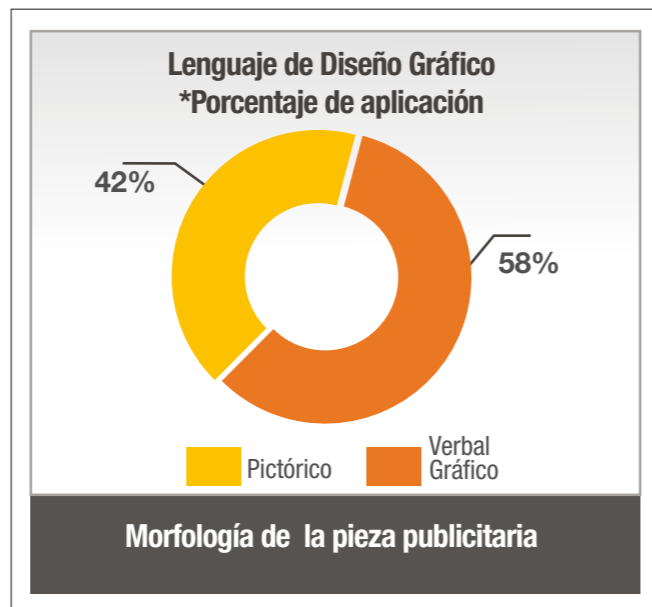
Datos de publicación de la pieza publicitaria

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:

Datos informativos de la pieza publicitaria

Candidato:
Rafael Correa

Partido /movimiento
Alianza País

Contienda electoral:
Segunda vuelta

Fuente:
Archivo- Movimiento País

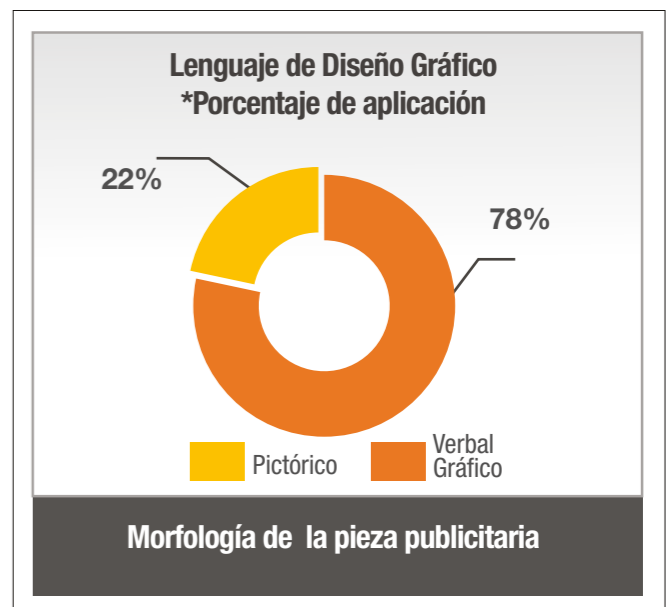
Datos de publicación de la pieza publicitaria

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
Partido Alianza - Gobierno

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

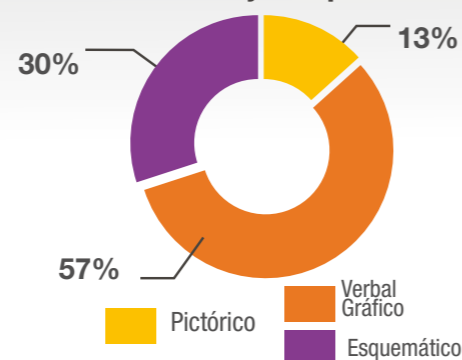
Signos de identidad:

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

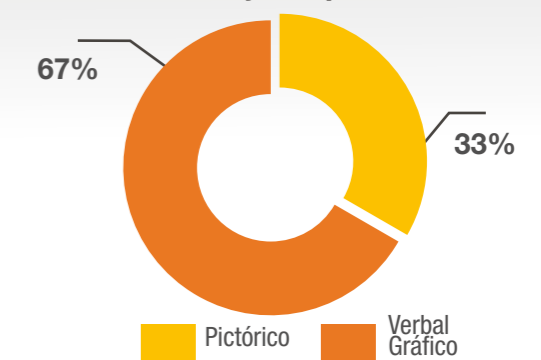
Signos de identidad:

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



Datos de publicación de la pieza publicitaria

Formato:
Triptico
Fecha:
Noviembre 2006

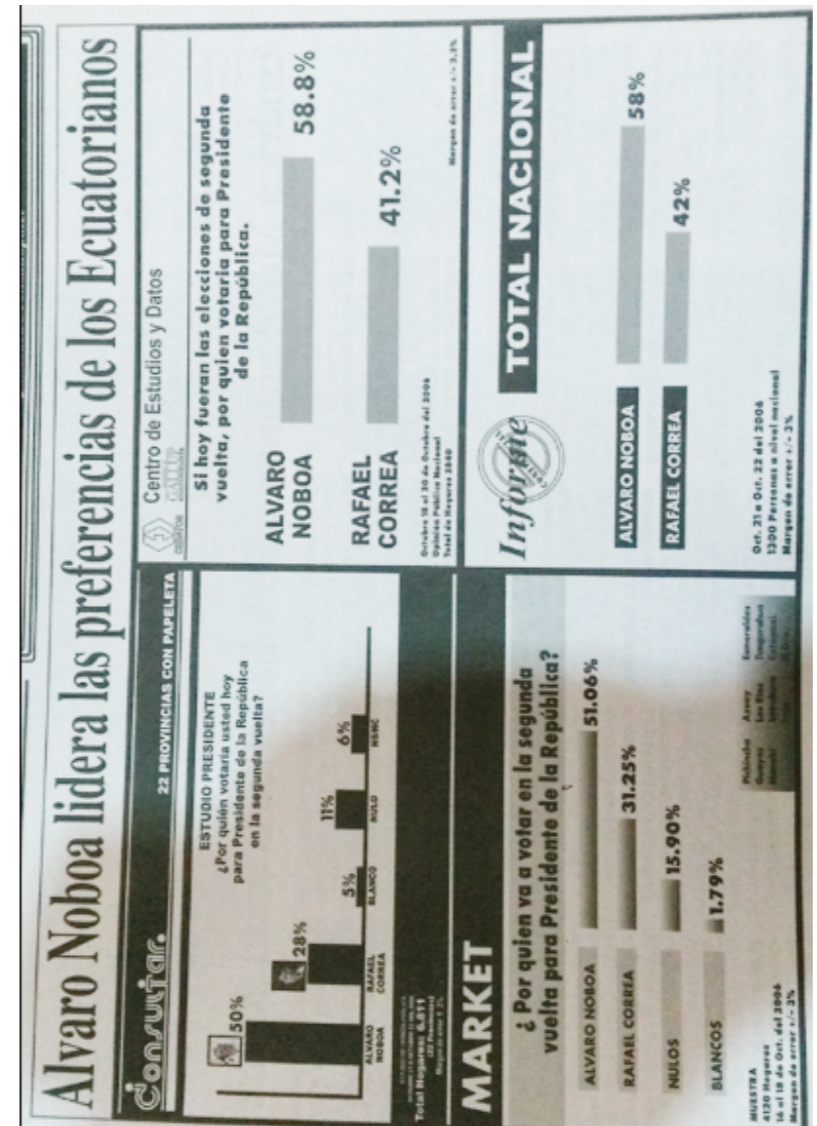
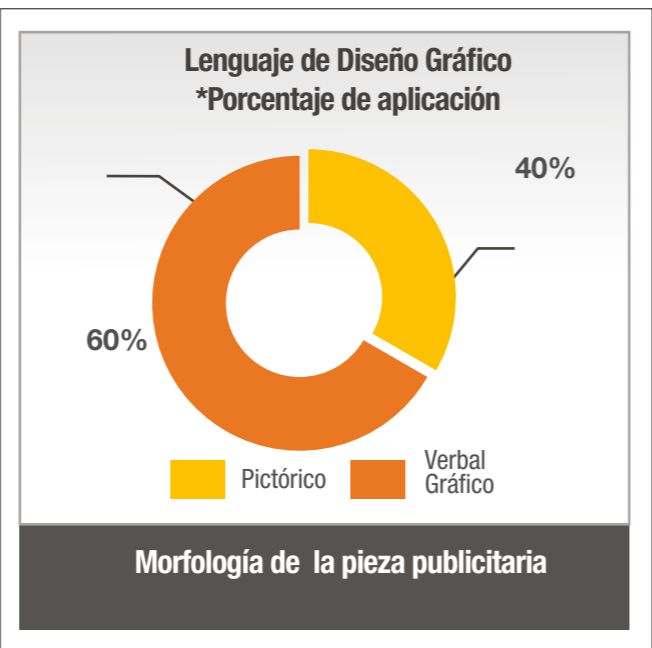
Tipología de la pieza publicitaria

- 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

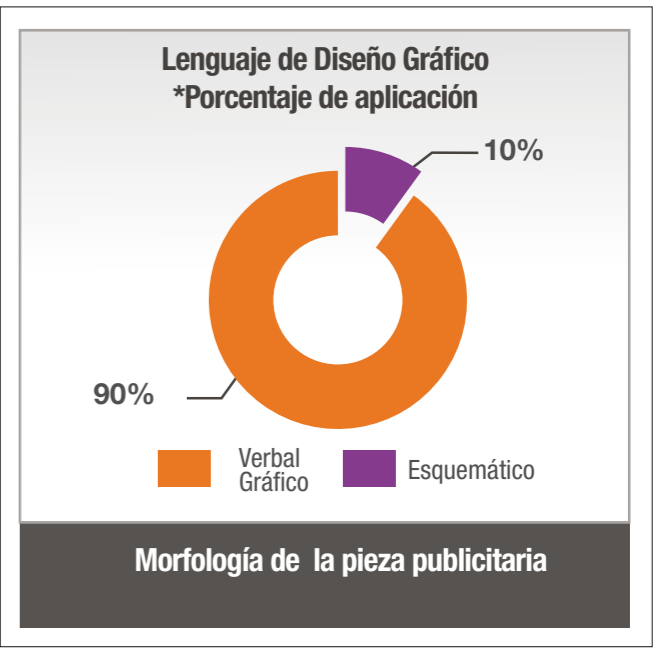
Tipología de la pieza publicitaria

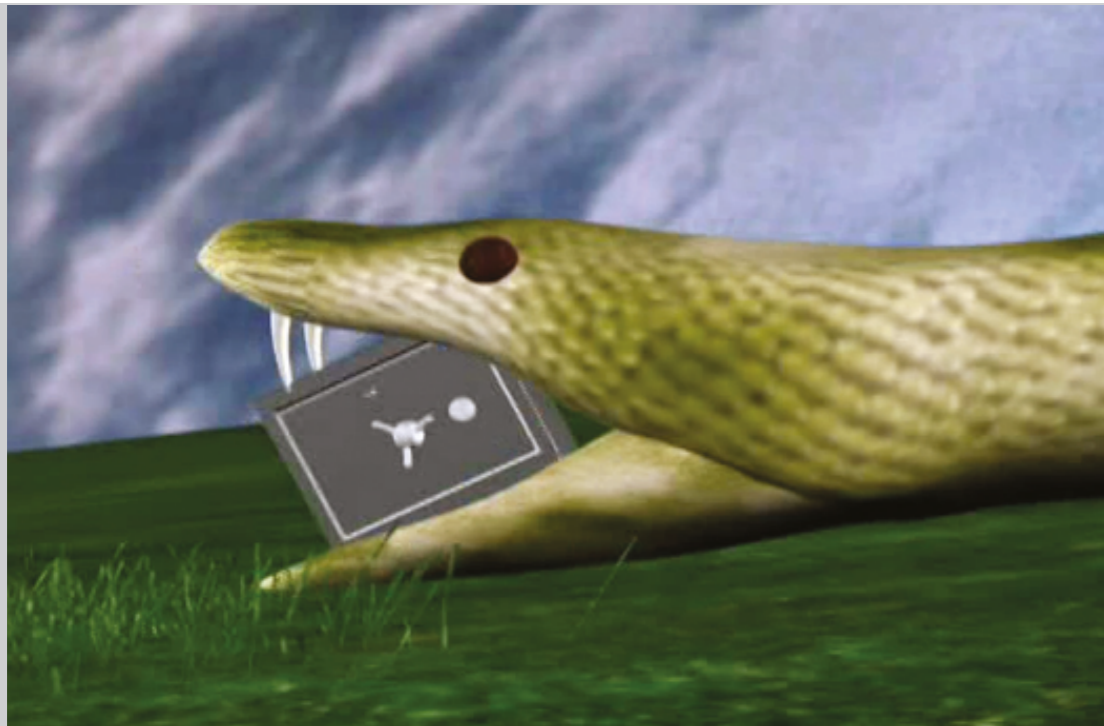
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

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

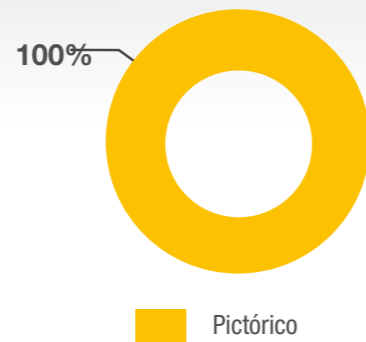
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Noviembre 2006
Nombre spot:
No boa no
Duración spot:
00:20

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

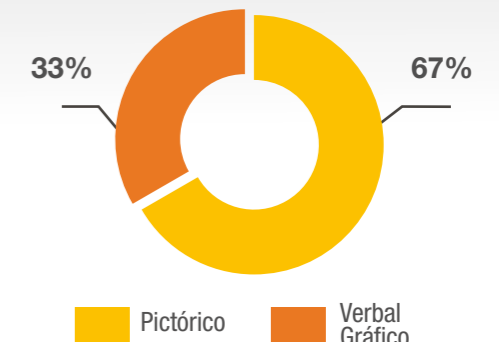
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Noviembre 2006
Nombre spot:
Carrusel
Duración spot:
00:39

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

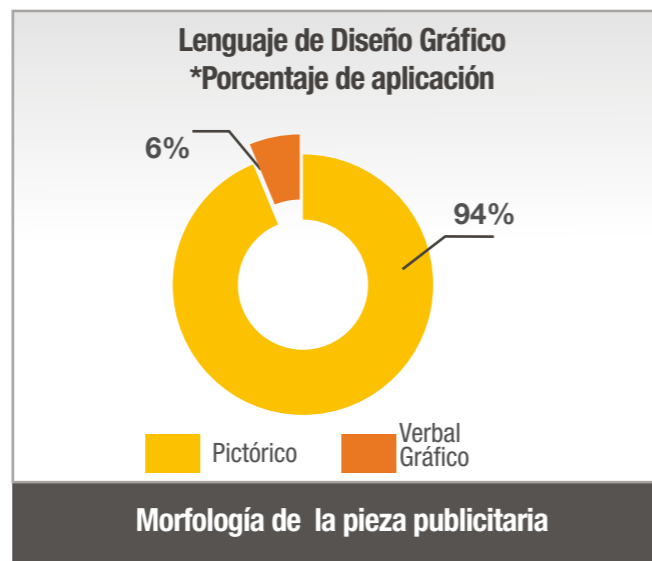


Audiovisuales- Ficha No. 77

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 de campaña, entorno natural, escenario urbano
Rol simbólico: El primer administrador	¿A quién se ve en el spot? Público que viva al candidato, personas de la Tercera Edad, niños,
Mito: Nosotros y ellos	

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Noviembre 2006
	Nombre spot: Cierre elecciones 2006
	Duración spot: 00:46



Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 4,16%
Cromática:	



Audiovisuales- Ficha No. 78

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: El primer administrador	¿A quién se ve en el spot? Candidato
Mito: Nosotros y ellos	

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Noviembre 2006
	Nombre spot: Mensaje 2006
	Duración spot: 05:22



Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 95%
Cromática:	



Audiovisuales- Ficha No. 79

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: Oficina
Rol simbólico: Guardián de los valores	¿A quién se ve en el spot? Profesionales
Mito: Nosotros y ellos	

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Noviembre 2006
	Nombre spot: Corrupción
	Duración spot: 00:28



Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 20,6%
Cromática:	

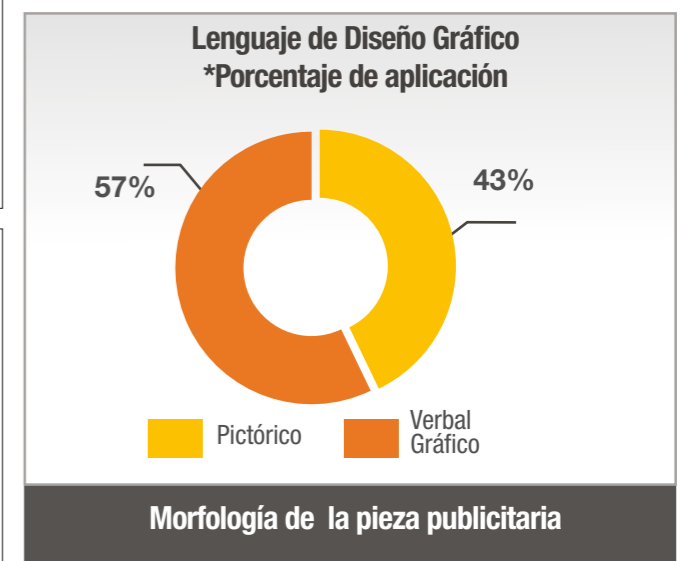


Audiovisuales- Ficha No. 80

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: Casa del candidato
Rol simbólico: Jefe visionario	¿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: Energía
	Duración spot: 00:34



Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 5,88%
Cromática:	



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

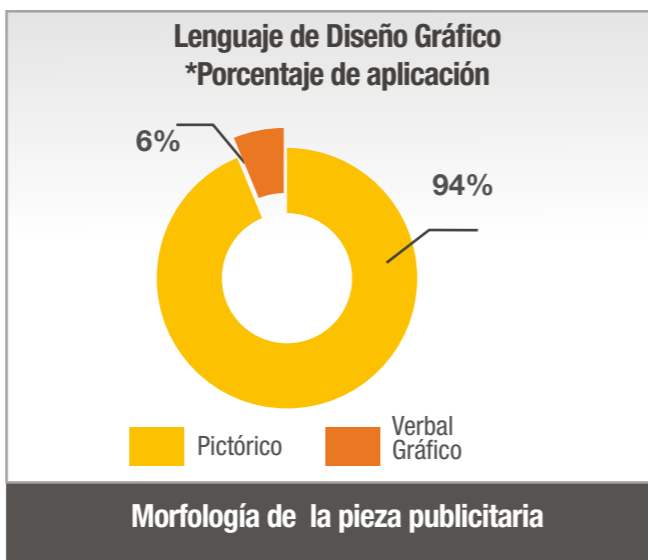
Datos de publicación de la pieza publicitaria

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

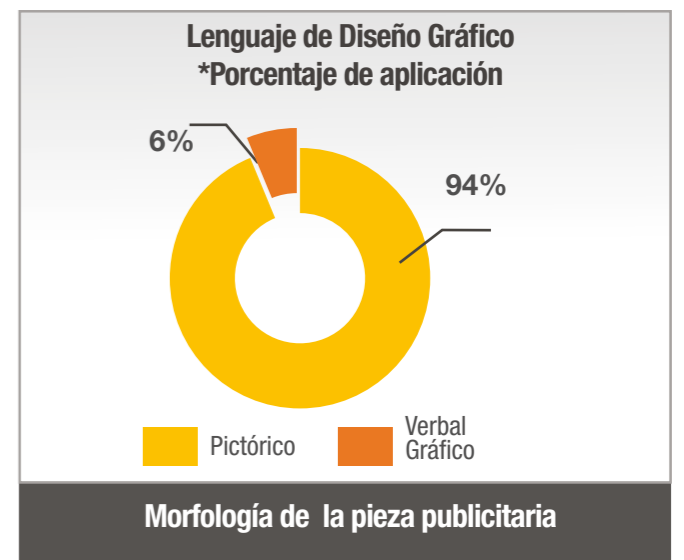
Datos de publicación de la pieza publicitaria

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:





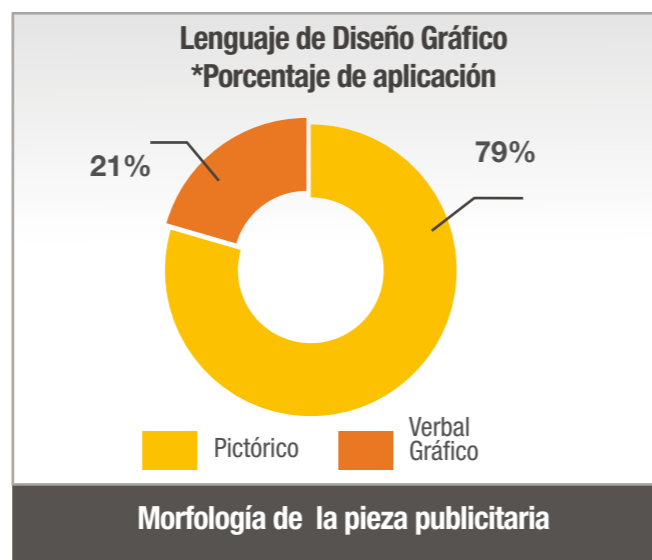
Audiovisuales- Ficha No. 83

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: Spot publicitario
	Fecha: Noviembre 2006
	Nombre spot: Saltarín
	Duración spot: 00:38

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 15,38%
Cromática:	

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



Audiovisuales- Ficha No. 84

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: Spot publicitario
	Fecha: Noviembre 2006
	Nombre spot: Socio País
	Duración spot: 01:00

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6%
Cromática:	

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

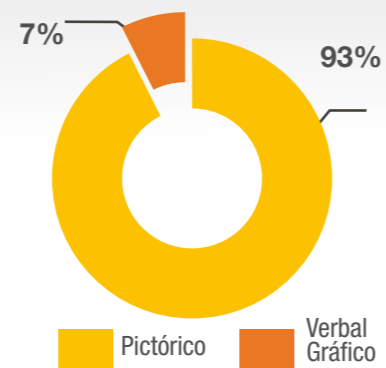
Signos de identidad:

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

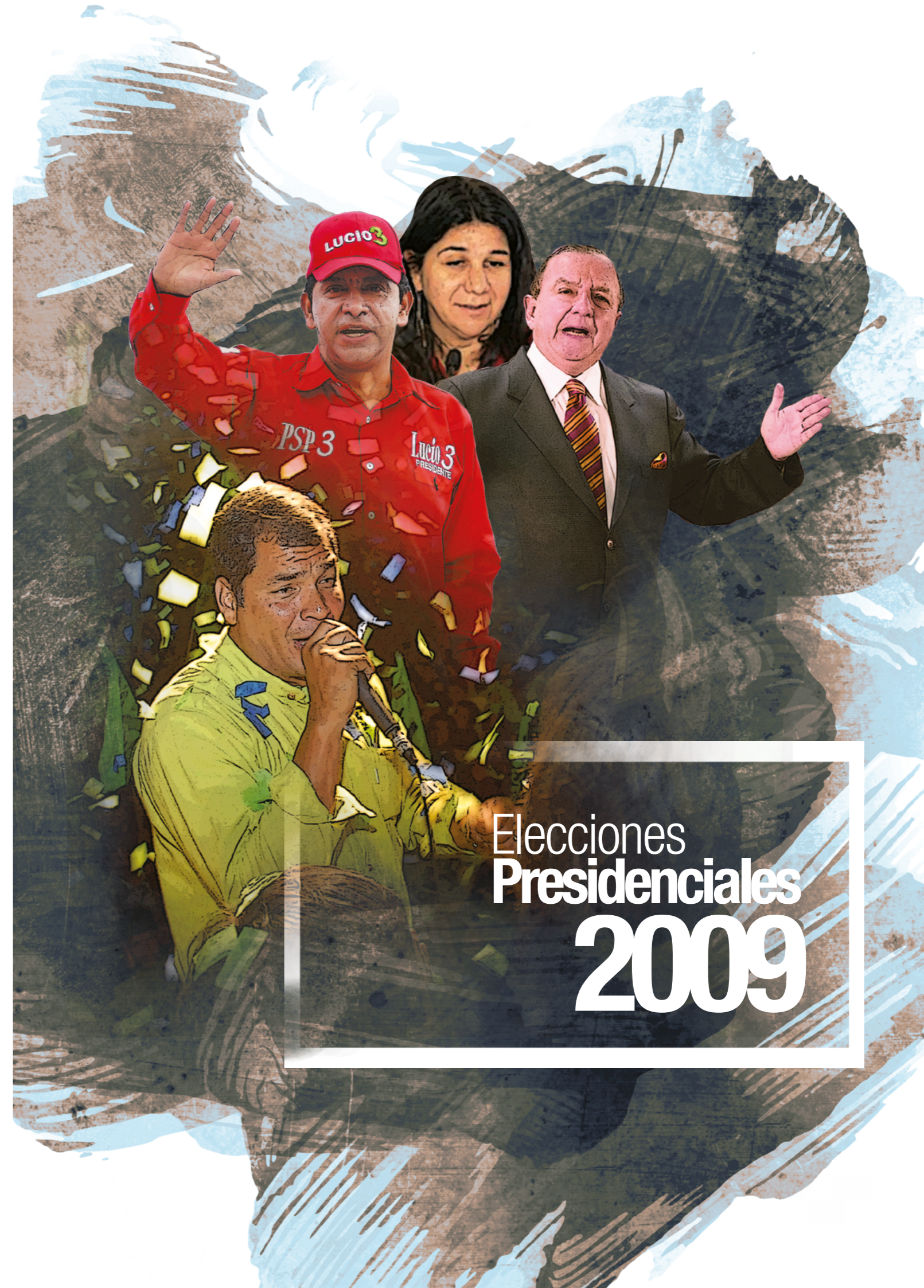
Cromática:



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: Afiche electoral
Fecha: Abril 2009

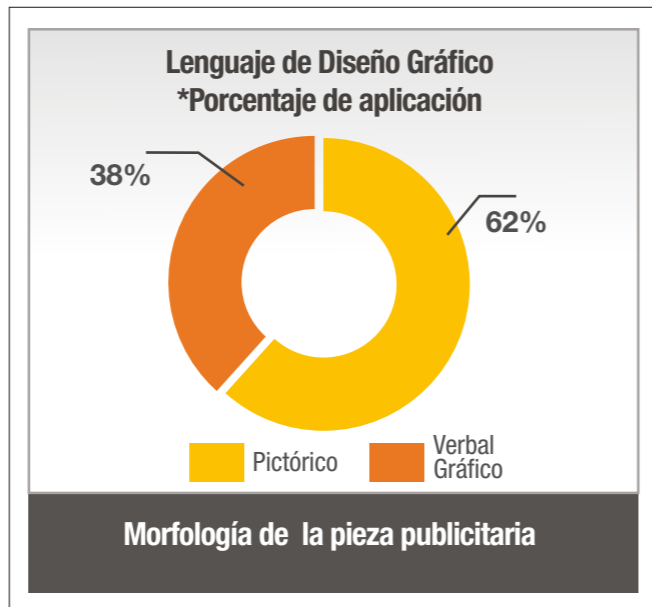
Tipología de la pieza publicitaria

- 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

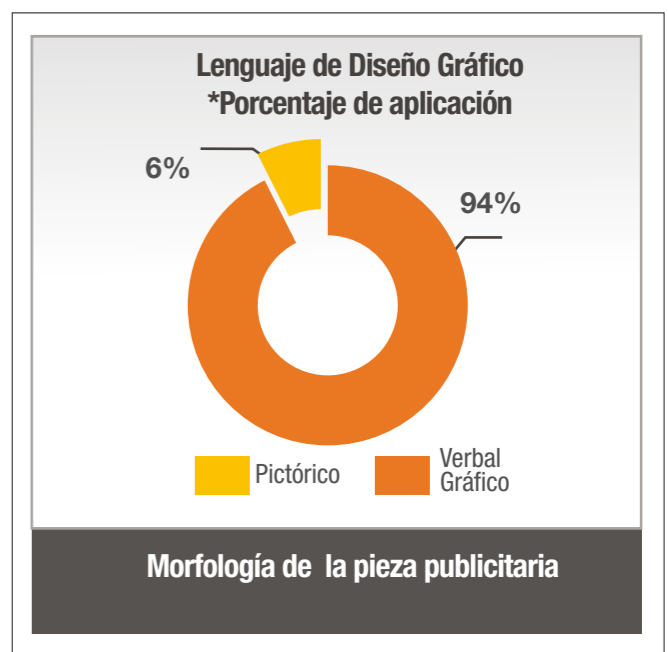
Tipología de la pieza publicitaria

- 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

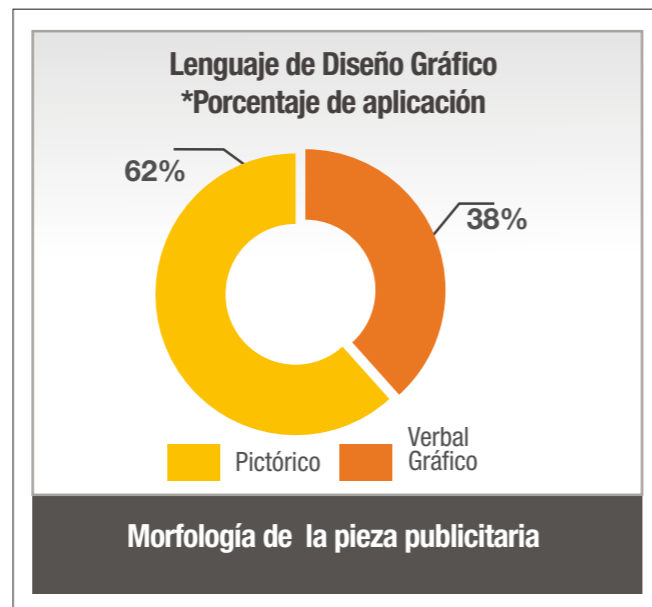
Tipología de la pieza publicitaria

- 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

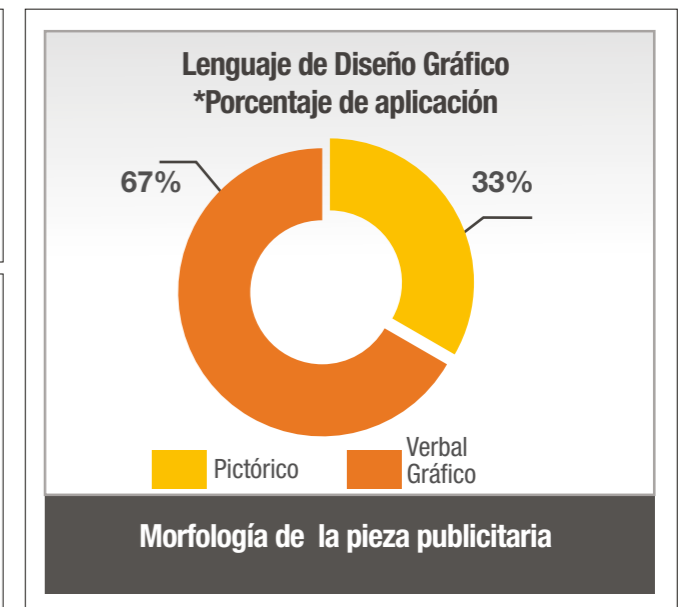
Tipología de la pieza publicitaria

- 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

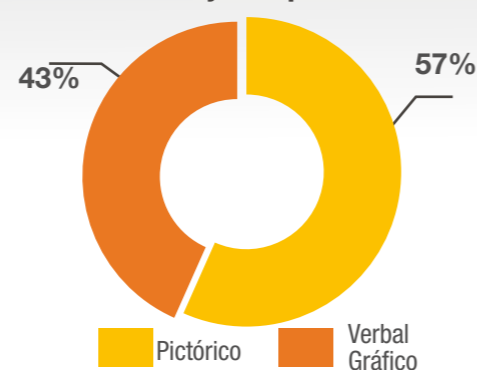
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

Signos de identidad:

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

Cromática:

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

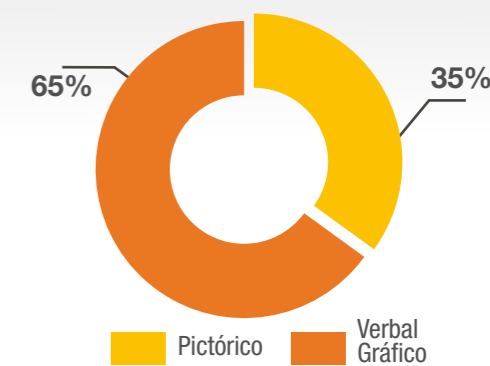
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen
- Presentación biográfica

Signos de identidad:

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

Cromática:

Lenguaje de Diseño Gráfico *Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



Impresos - Ficha No. 92

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

Tipología de la pieza publicitaria

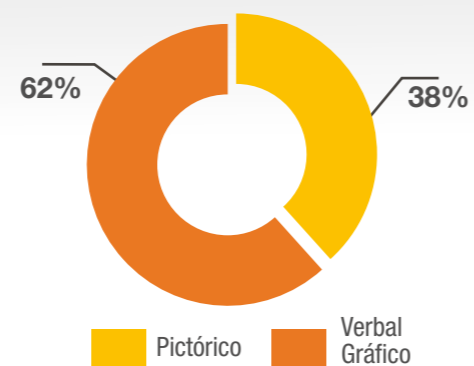
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

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



Impresos - Ficha No. 93

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

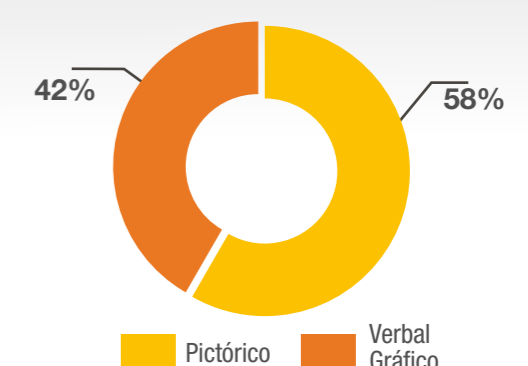
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

Signos de identidad:

Marca: En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 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,
/alcott
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

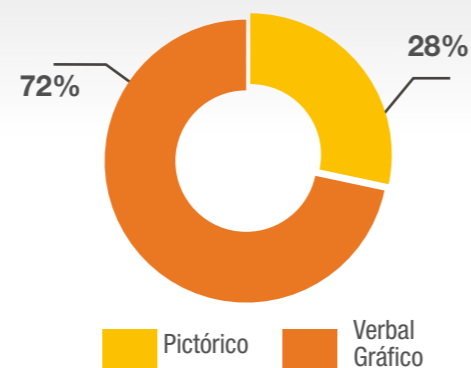
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

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

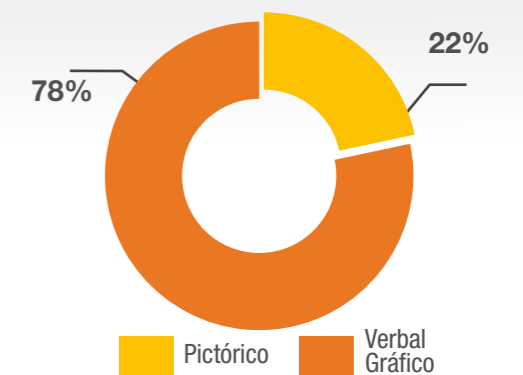
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

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

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

HOY DE 17H30 A 18H30

ÁLVARO NOBOA EN CONVERSATORIO POR

RADIOS:

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





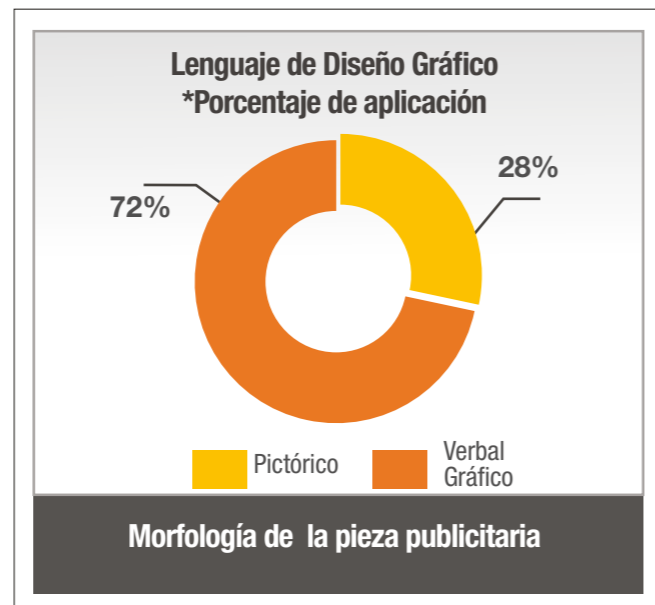
Impresos - Ficha No. 96

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 – sección Política
	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 8,33%
Cromática:	



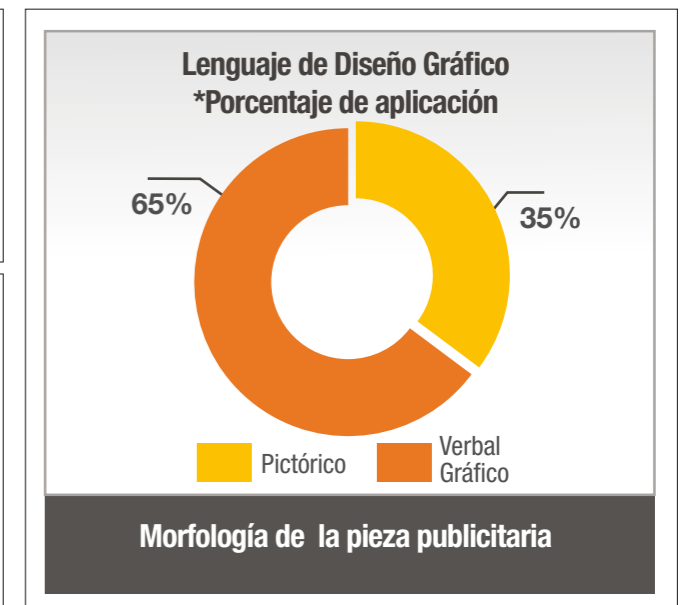
Impresos - Ficha No. 97

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 Últimas Noticias – pág 7
	Formato: ¼ página vertical

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:	





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

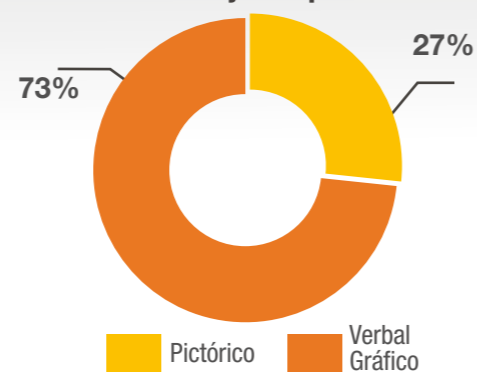
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

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

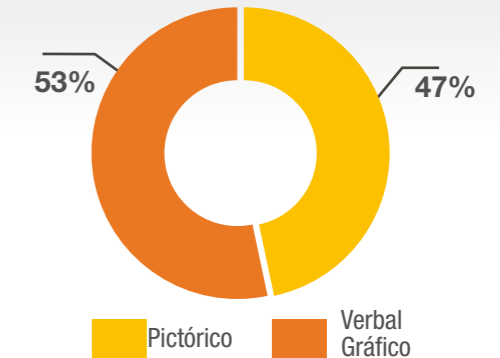
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

Signos de identidad:

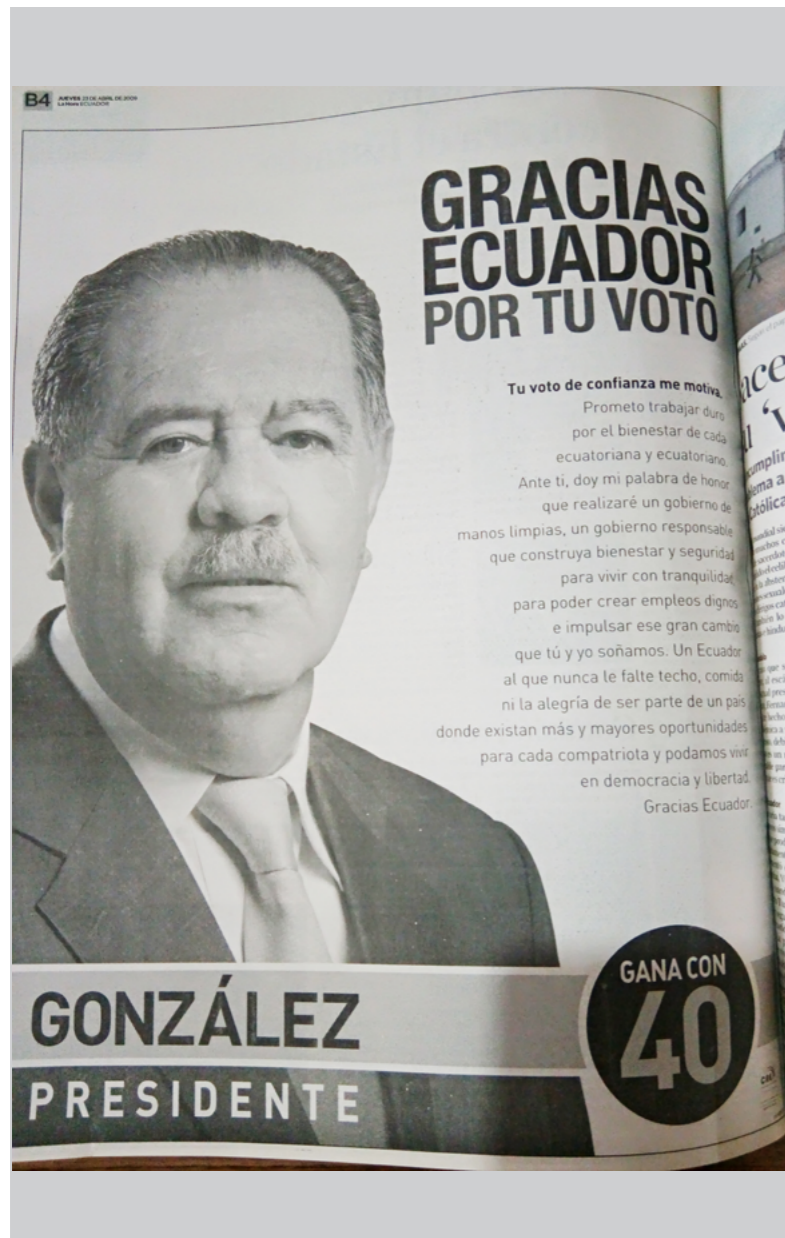
Marca: En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 13,33%

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

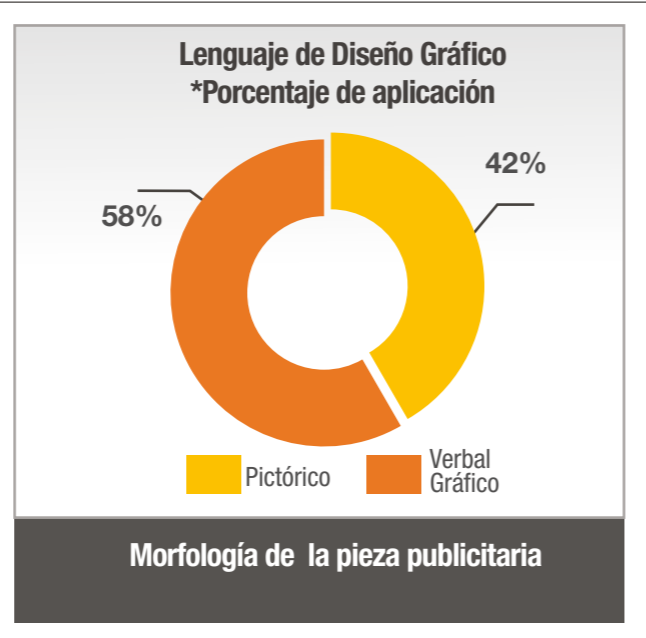
Tipología de la pieza publicitaria

- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

Signos de identidad:

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

Cromática:



Impresos - Ficha No. 101

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

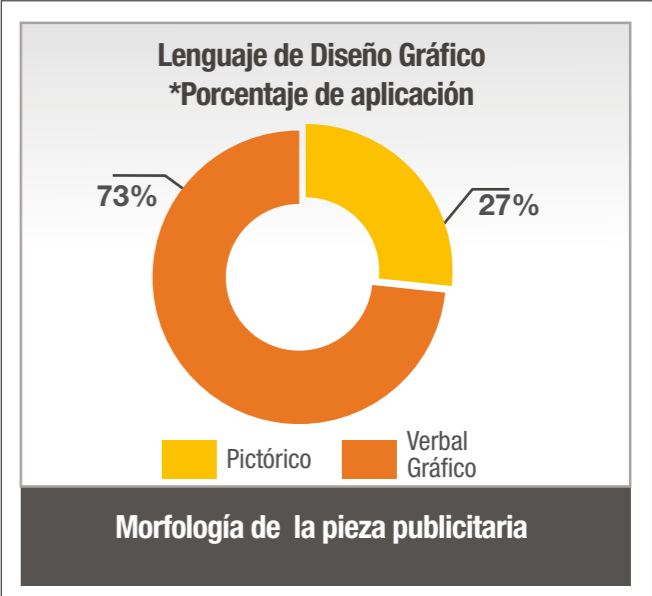
Tipología de la pieza publicitaria

- 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

Datos informativos de la pieza publicitaria	Candidato: Diego Delgado Partido /movimiento Integración y Transformación Social
	Contienda electoral: Primera vuelta

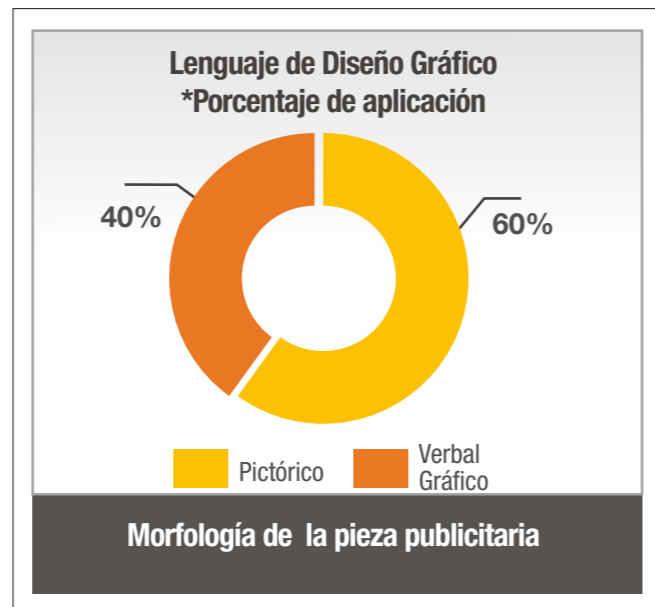
Datos de publicación de la pieza publicitaria	Medio: Prensa
	Soporte: Diario El Comercio – página 16- 17 Formato: Robapágina Fecha: 23 de abril de 2009

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 La Hora – Sección B10 Formato: 1/2 página horizontal Fecha: 16 de abril de 2009

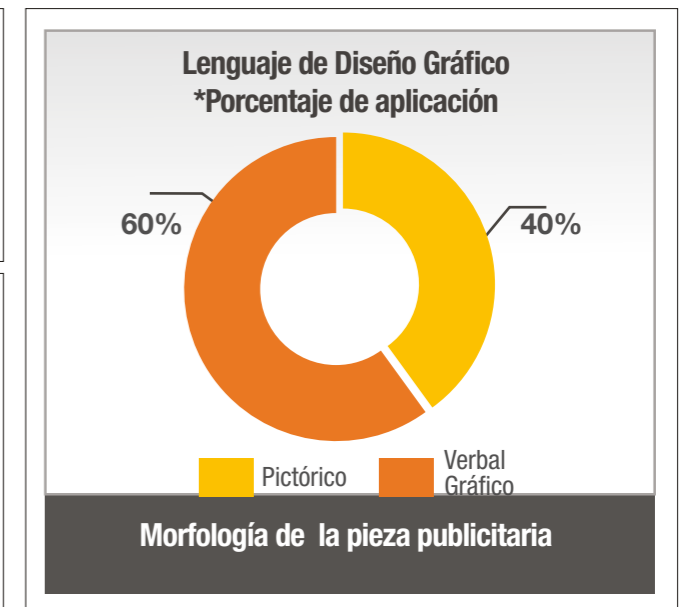
Tipología de la pieza publicitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación del nombre • Establecimiento de una imagen
---	--

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 6,66 %
Cromática:	



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

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 5 %
Cromática:	





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

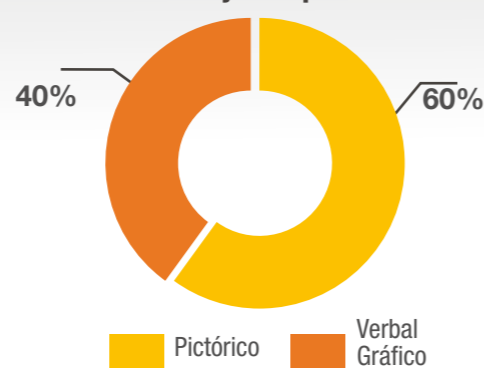
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

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:

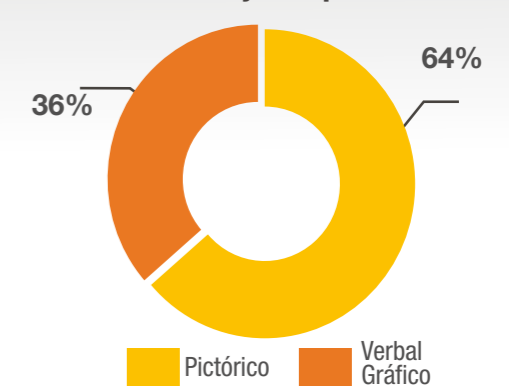
Marca: En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 18%



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

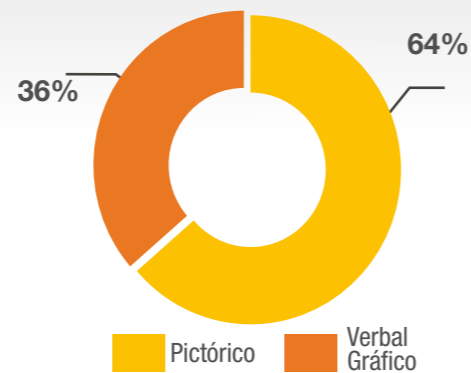
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Abril 2009
Duración spot:
00:16
Nombre spot:
Pinchazo

Signos de identidad:

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

Cromática:

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

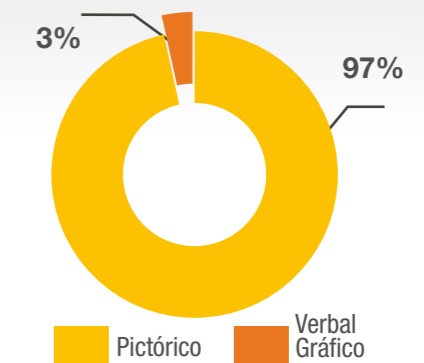
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Abril 2009
Duración spot:
00:58
Nombre spot:
Mensaje

Signos de identidad:

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

Cromática:

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

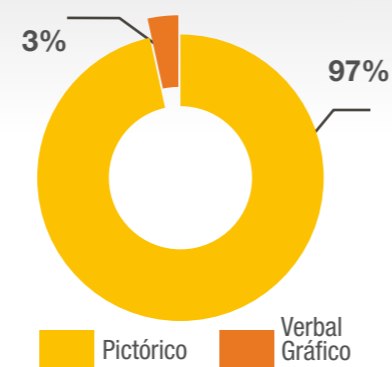
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Abril 2009
Duración spot:
00:58
Nombre spot:
Mensaje 2

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

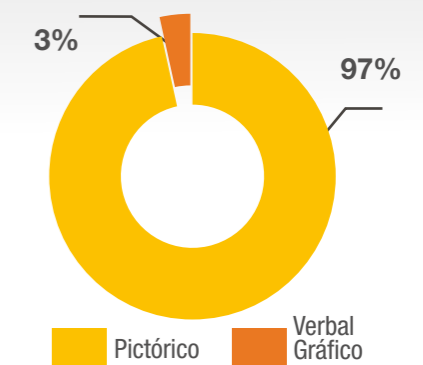
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Abril 2009
Duración spot:
00:24
Nombre spot:
Vota 35

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

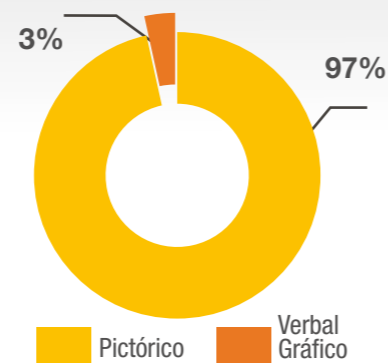
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Abril 2009
Duración spot:
00:24
Nombre spot:
Vota 35

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

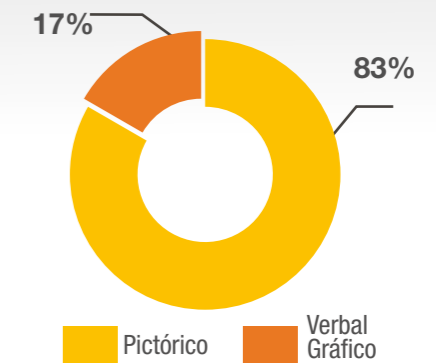
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Abril 2009
Duración spot:
00:36
Nombre spot:
No hay trabajo

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

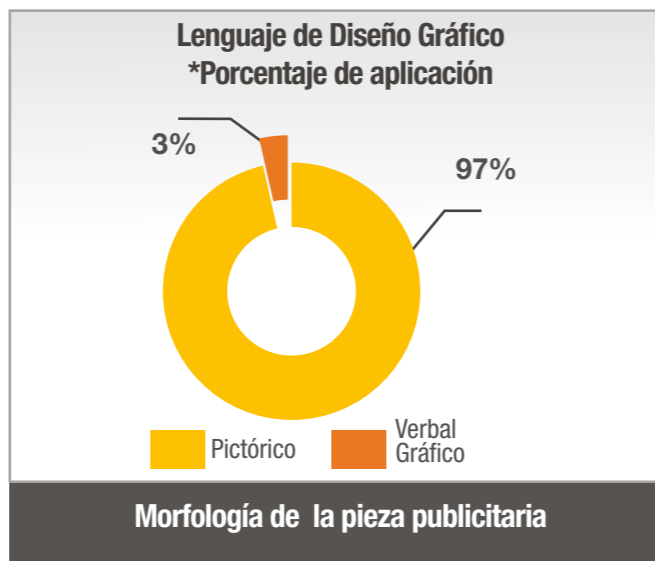
Datos de publicación de la pieza publicitaria

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

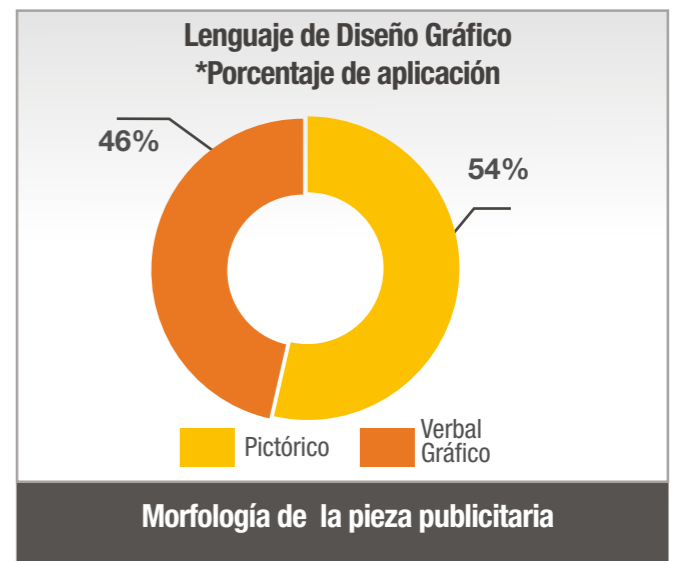
Datos de publicación de la pieza publicitaria

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?

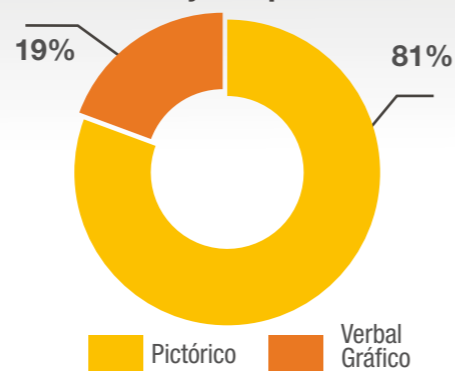
Signos de identidad:

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?

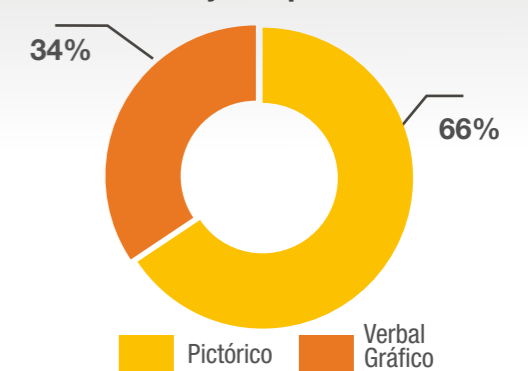
Signos de identidad:

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:
00:2z7
Nombre spot:
Mujer

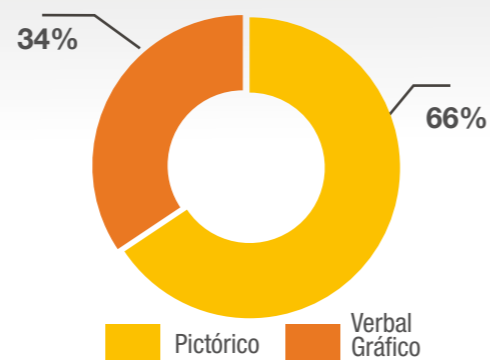
Signos de identidad:

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

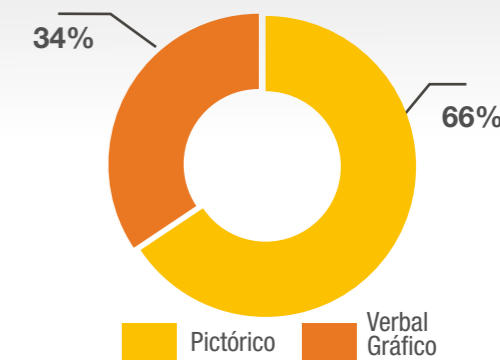
Signos de identidad:

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

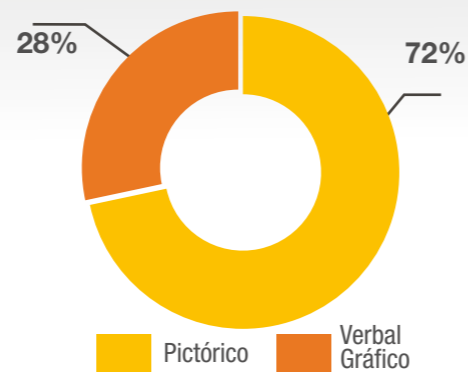
Formato:
Spot publicitario

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

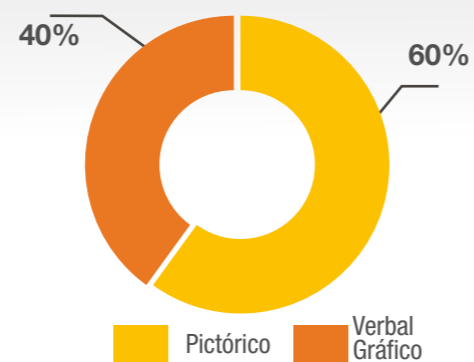
Signos de identidad:

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

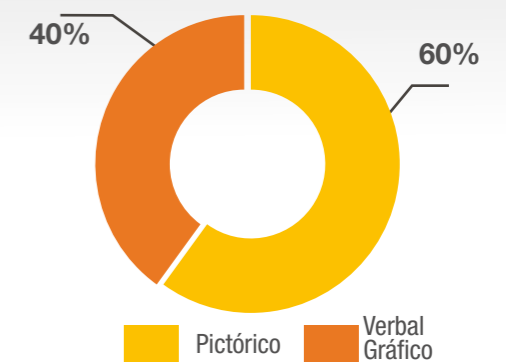
Signos de identidad:

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

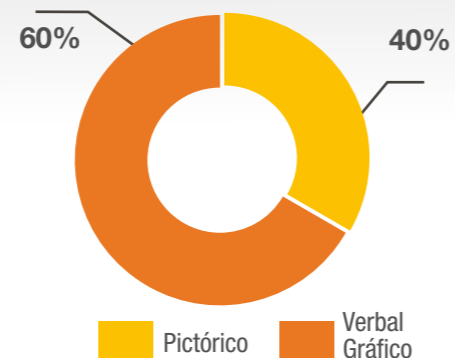
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

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

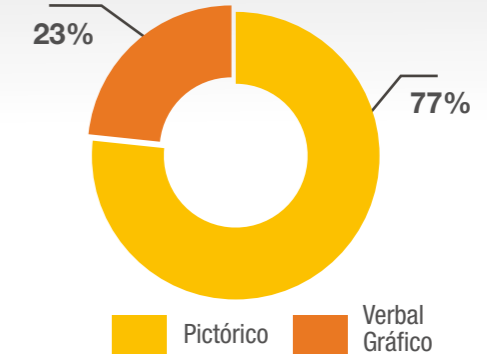
- Identificación del nombre
- Establecimiento de una imagen

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

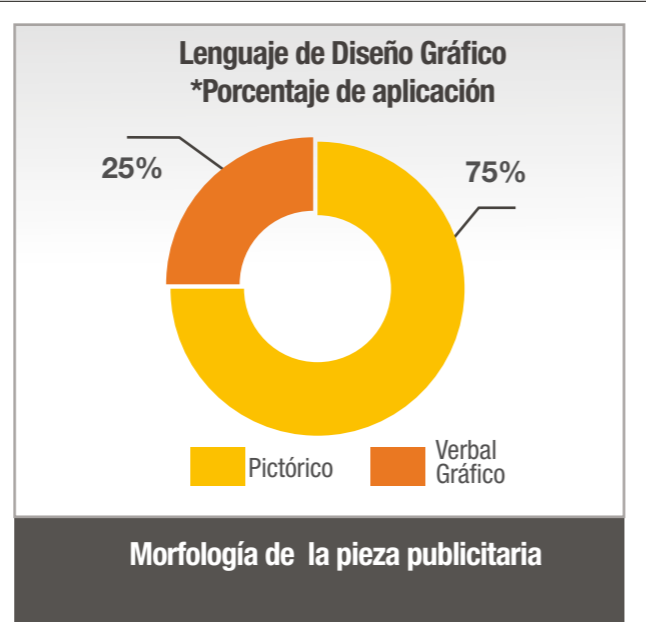
Tipología de la pieza publicitaria

- 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

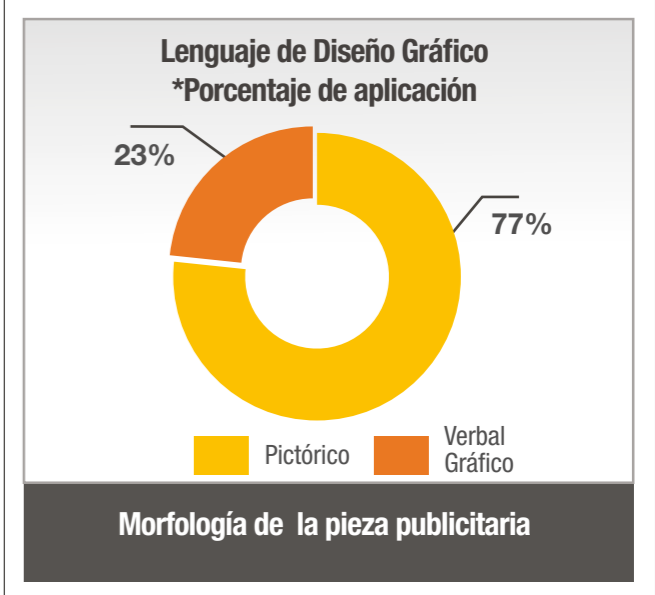
Tipología de la pieza publicitaria

- 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

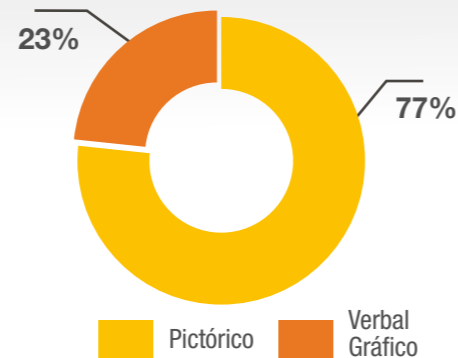
- Realización de ataques

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

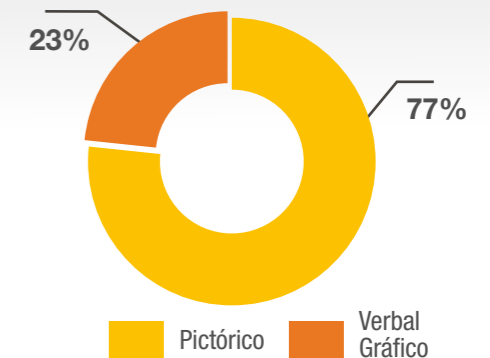
- Realización de ataques

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

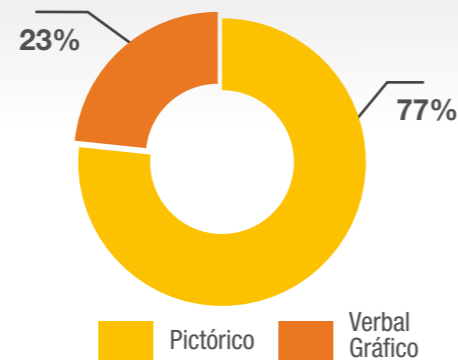
- Realización de ataques

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

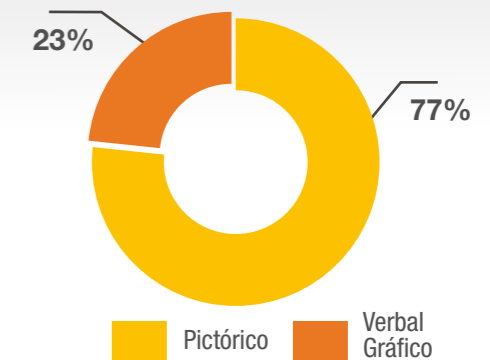
- Realización de ataques

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

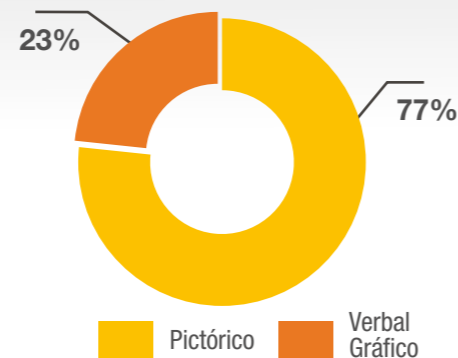
Signos de identidad:

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

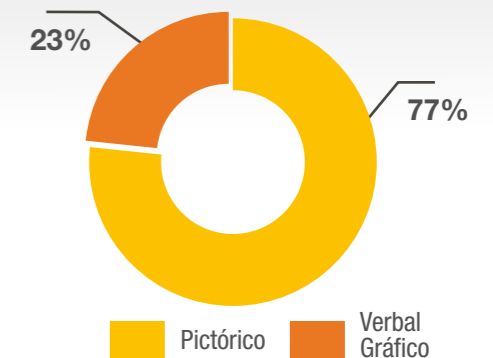
Signos de identidad:

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

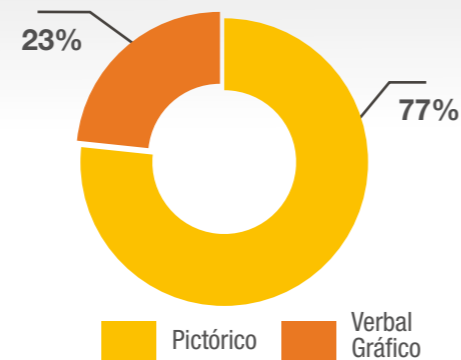
Signos de identidad:

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

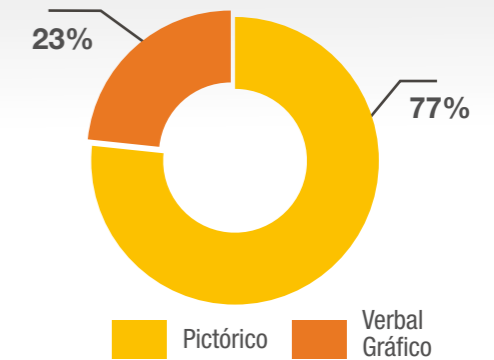
Signos de identidad:

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

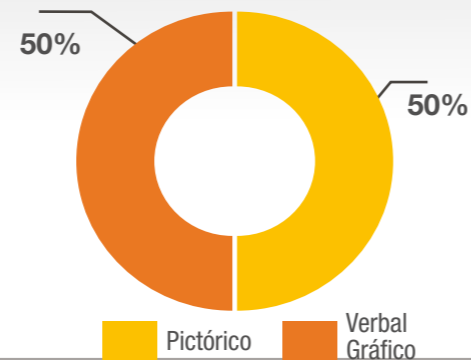
- Identificación de nombre
- Establecimiento de una imagen.

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

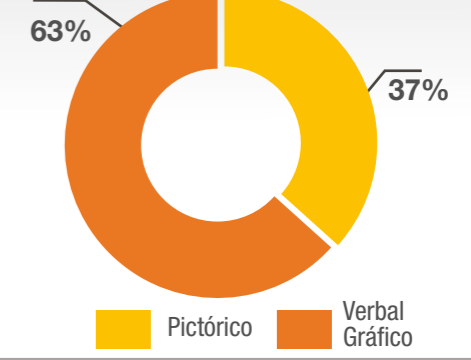
- Identificación de nombre
- Establecimiento de una imagen.

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

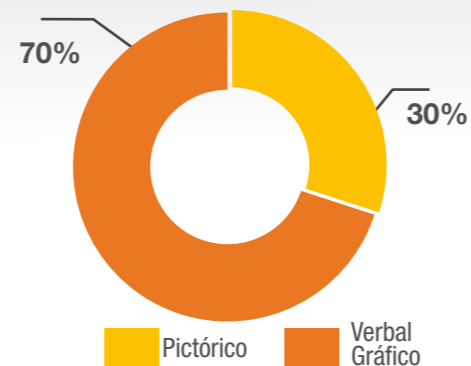
Signos de identidad:

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

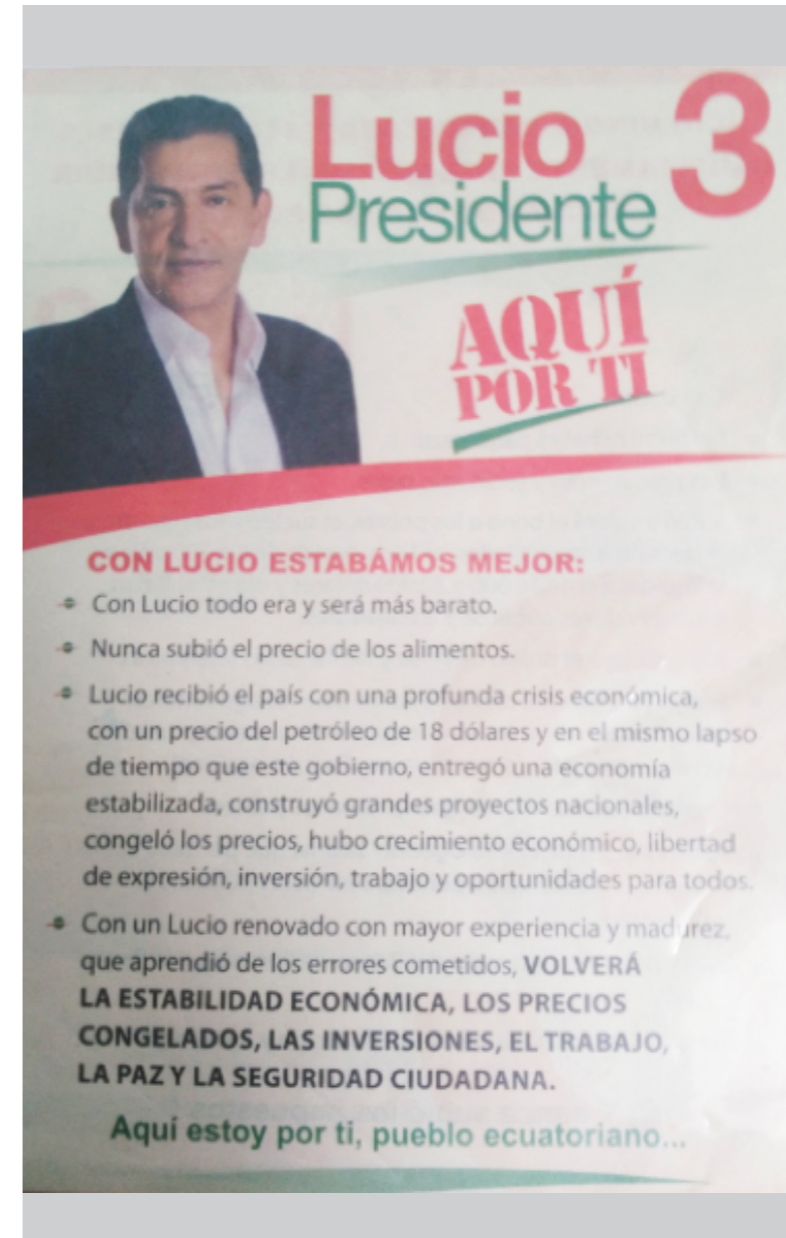
Cromática:



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

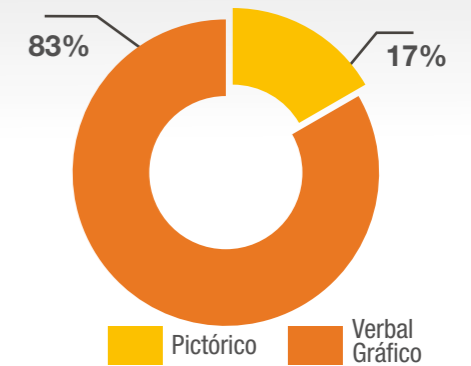
Signos de identidad:

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.

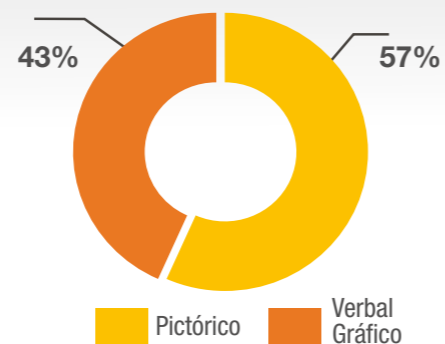
Signos de identidad:

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

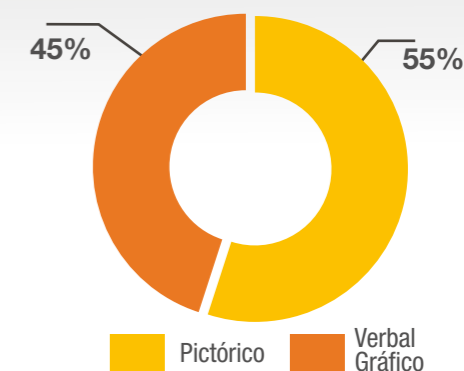
Signos de identidad:

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

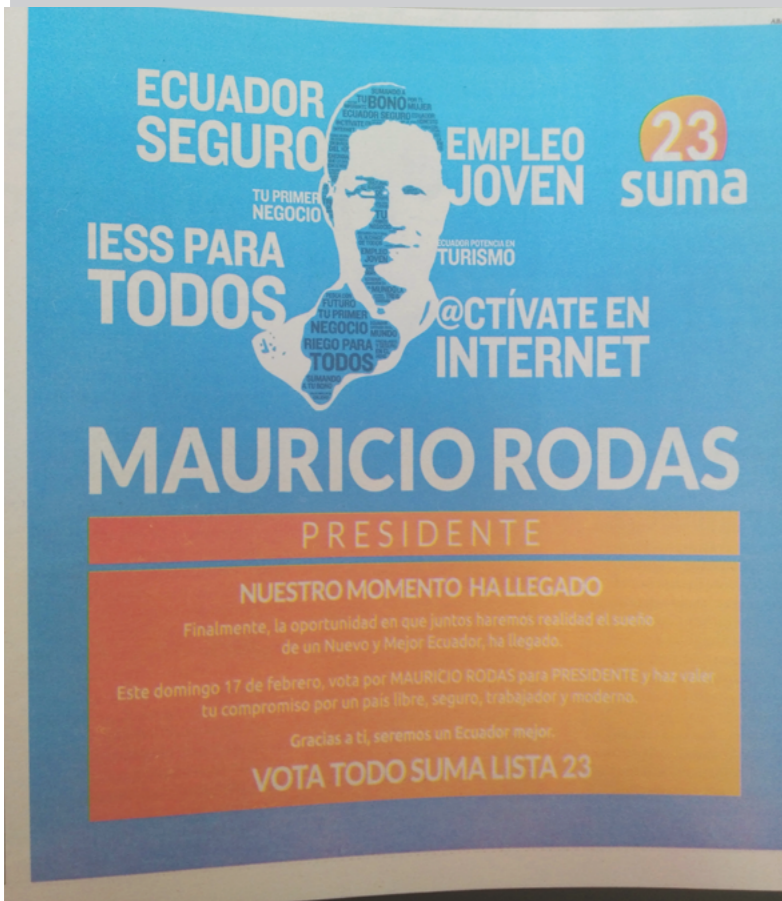
Cromática:



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

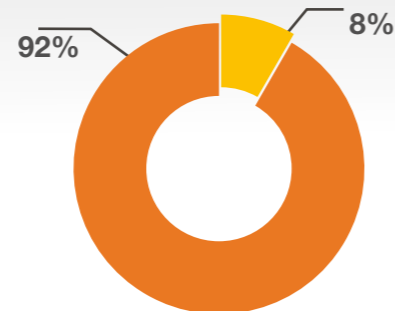
Signos de identidad:

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

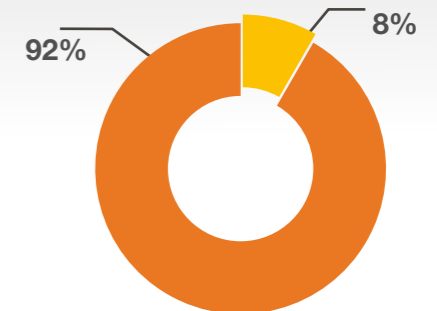
Signos de identidad:

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

Cromática:

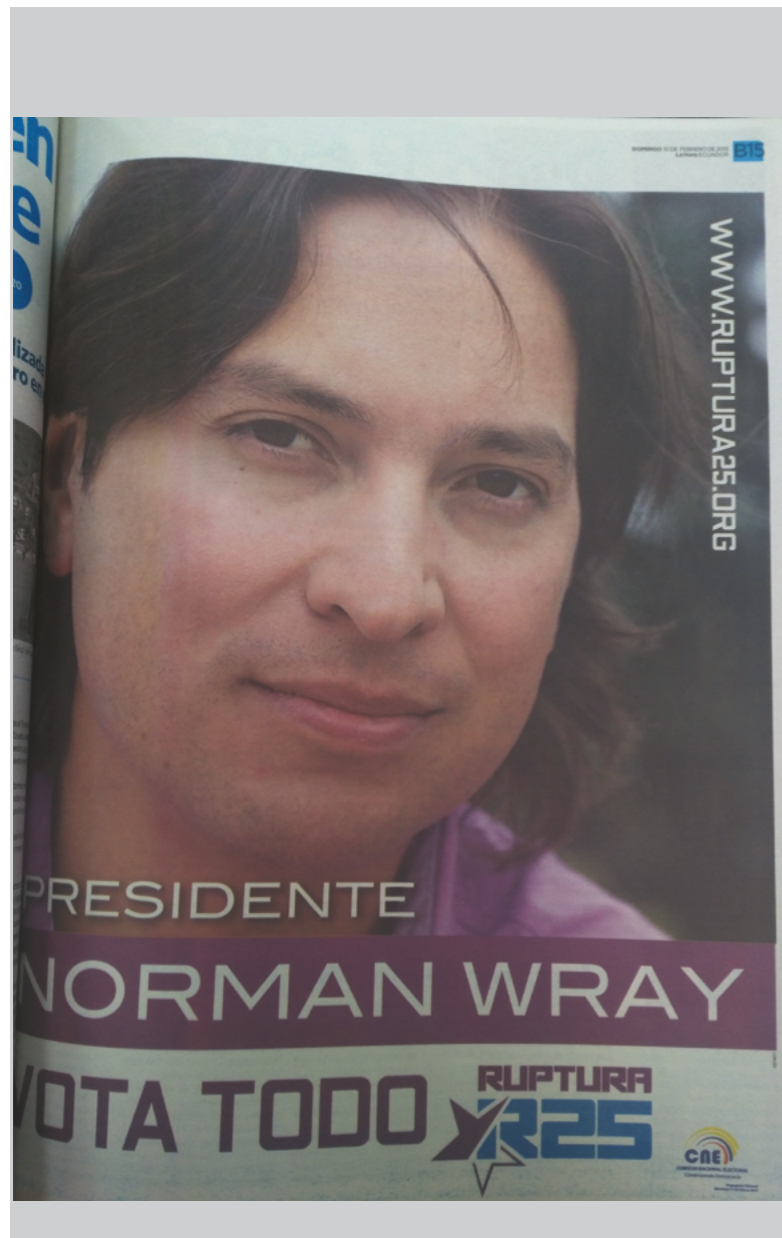


Lenguaje de Diseño Gráfico *Porcentaje de aplicación



■ 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

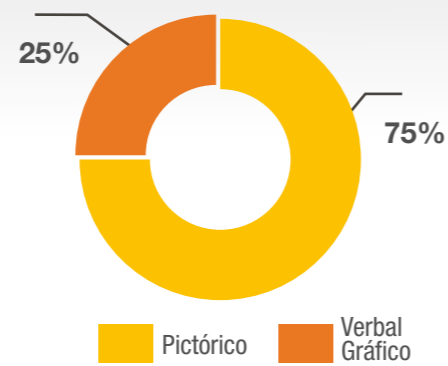
Signos de identidad:

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

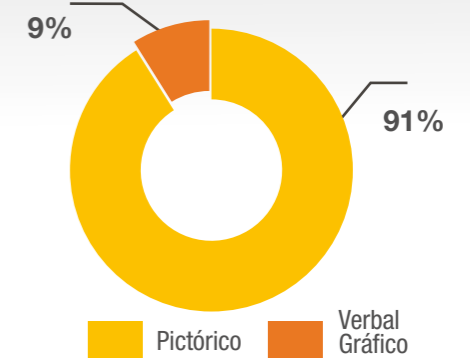
Locaciones:

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



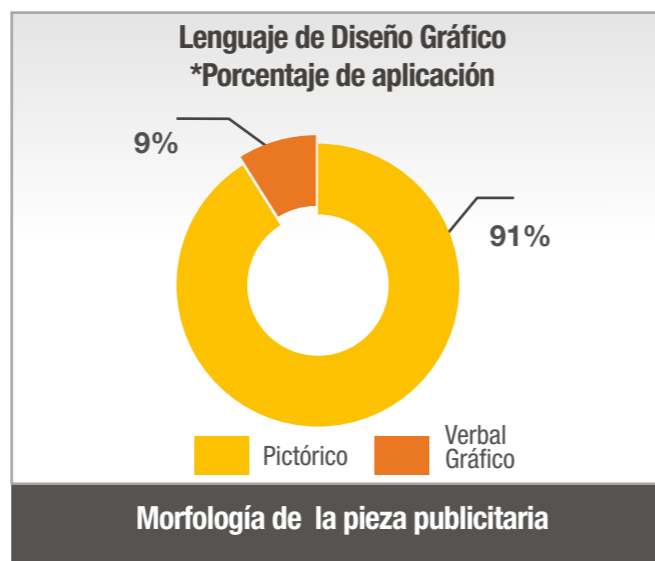
Audiovisuales- Ficha No. 142

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

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

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Febrero 2013
	Duración spot: 00:30
	Nombre spot: Ya tenemos Presidente

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%
Cromática:	



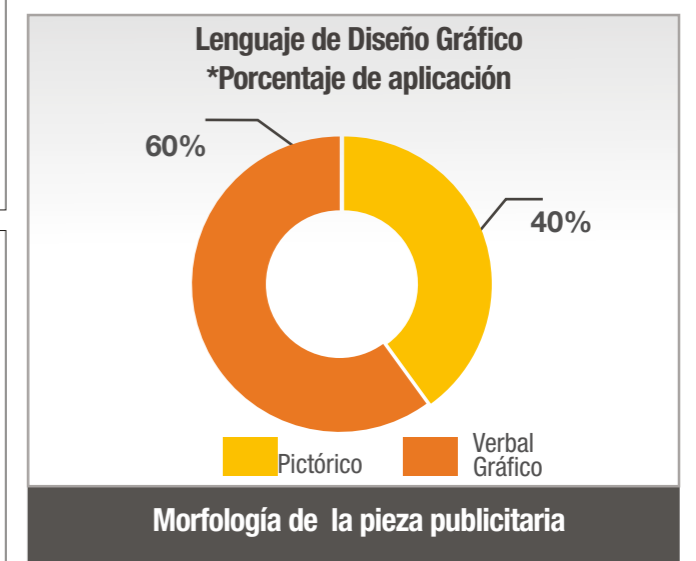
Audiovisuales- Ficha No. 143

Datos informativos de la pieza publicitaria	Candidato: Guillermo Lasso
	Partido /movimiento CREO
	Contienda electoral: Primera 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: Gran comunicador	¿A quién se ve en el spot? Agricultores
Mito: Nosotros y ellos	

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Febrero 2013
	Duración spot: 00:30
	Nombre spot: Agricultor

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 40%
Cromática:	





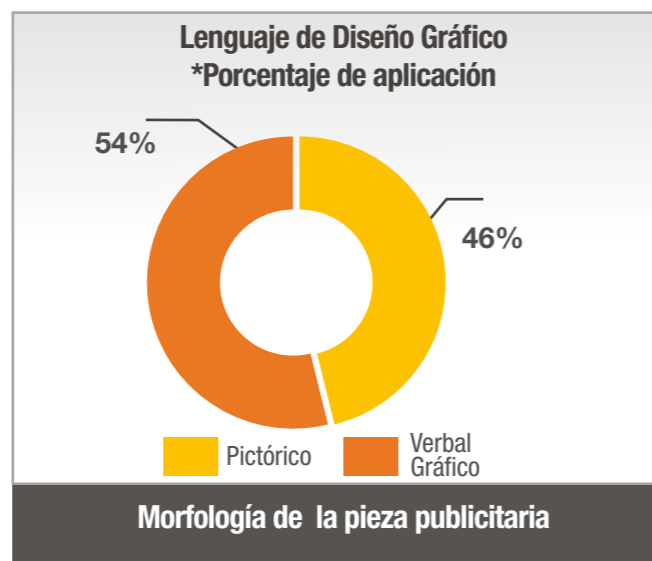
Audiovisuales- Ficha No. 144

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

Tipología del spot	
Por tipo de anuncio: Contraste directo	Locaciones: Escenario de campaña
Rol simbólico: Gran comunicador	¿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: Febrero 2013
	Duración spot: 00:26
	Nombre spot: Ya tenemos Presidente

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%
Cromática:	



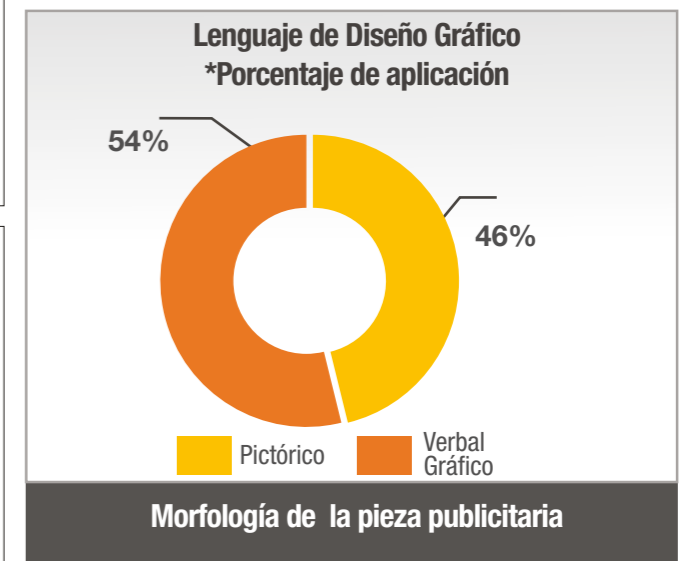
Audiovisuales- Ficha No. 145

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

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

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Febrero 2013
	Duración spot: 01:00
	Nombre spot: Ya viene otro Ecuador

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 3,33%
Cromática:	





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

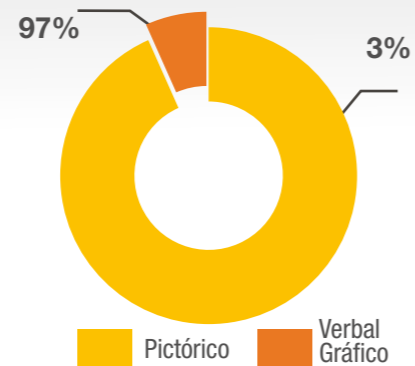
Signos de identidad:

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

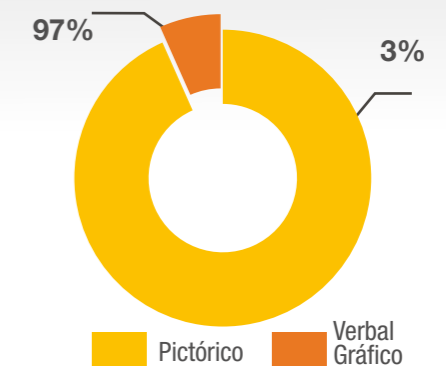
Signos de identidad:

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

Cromática:



Lenguaje de Diseño Gráfico *Porcentaje de aplicación



Morfología de la pieza publicitaria



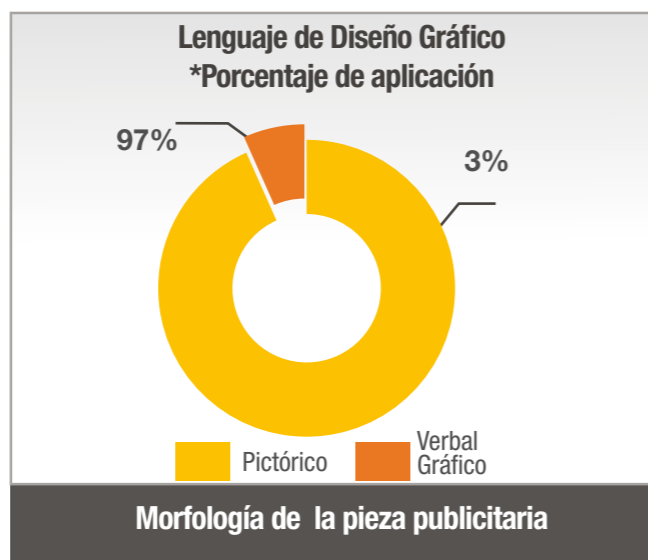
Audiovisuales- Ficha No. 148

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: Identificación, y apelación emocional	Locaciones: Escenario Rural
Rol simbólico: Jefe visionario	¿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: 00:34
	Nombre spot: Ministerio de los pobres

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,82%
Cromática:	



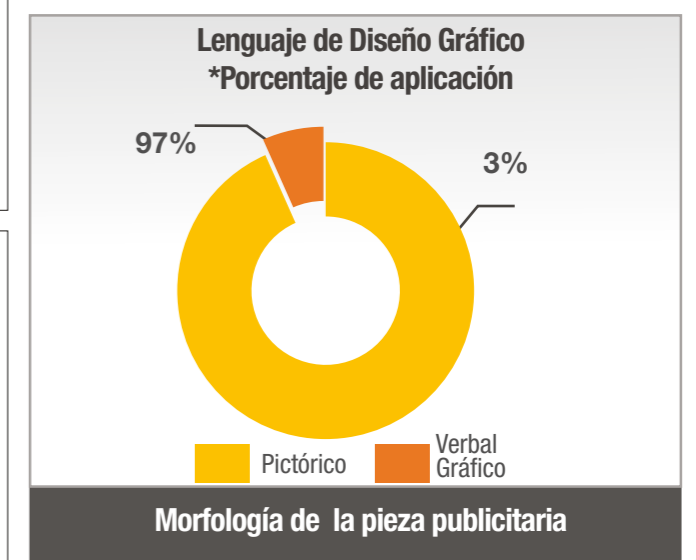
Audiovisuales- Ficha No. 149

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 negativa	Locaciones: Escenario urbano
Rol simbólico: Jefe visionario	¿A quién se ve en el spot? Candidato, policías
Mito: Nosotros y ellos	

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Febrero 2013
	Duración spot: 00:34
	Nombre spot: Seguridad

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,82%
Cromática:	





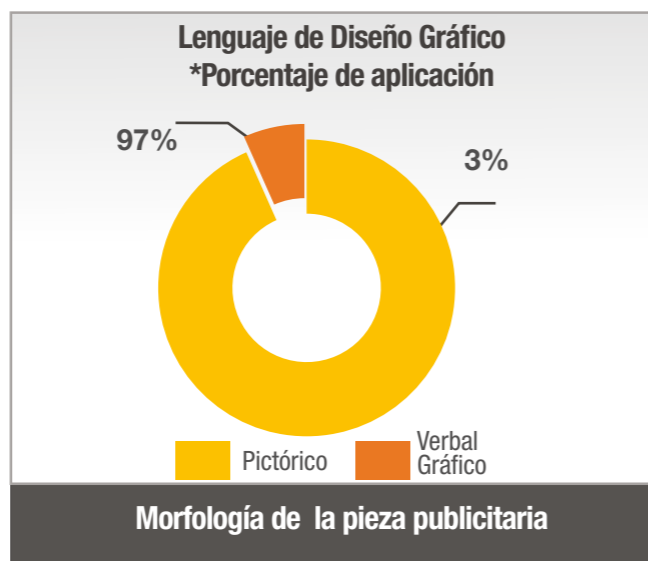
Audiovisuales- Ficha No. 150

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 –Identificación, de temas	Locaciones: Escenario natural
Rol simbólico: Jefe visionario	¿A quién se ve en el spot? Candidato, jóvenes
Mito: Nosotros y ellos	

Datos de publicación de la pieza publicitaria	Formato: Spot publicitario
	Fecha: Febrero 2013
	Duración spot: 00:34
	Nombre spot: Libertad

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,82%
Cromática:	



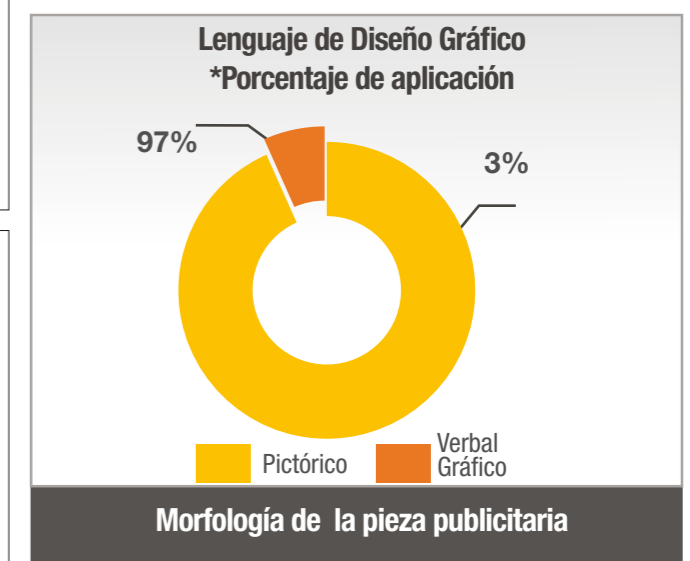
Audiovisuales- Ficha No. 151

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 negativa	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: 00:34
	Nombre spot: Derechos

Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,82%
Cromática:	





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,

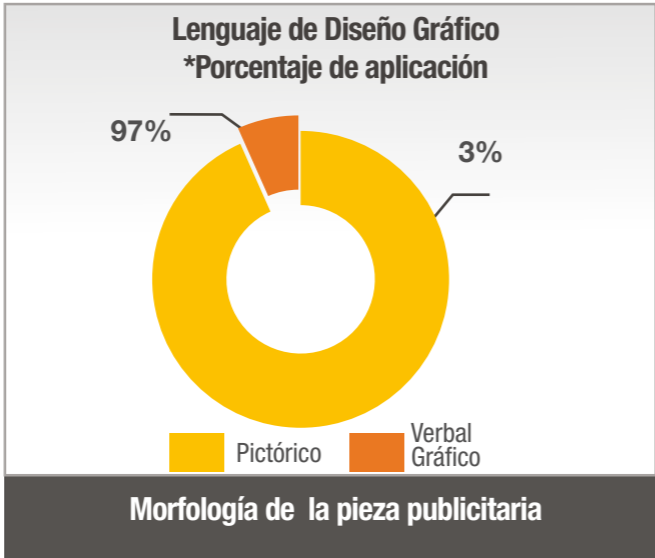
Datos de publicación de la pieza publicitaria

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:



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,

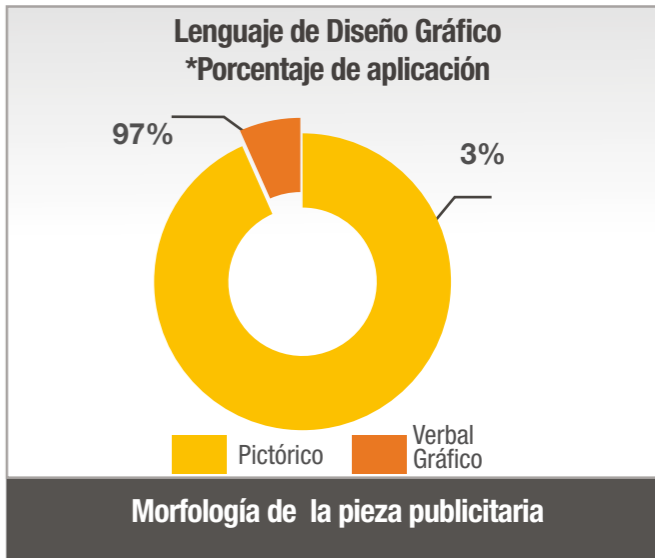
Datos de publicación de la pieza publicitaria

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:





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

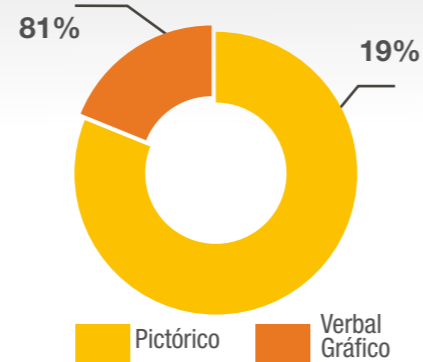
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Febrero 2013
Duración spot:
00:34
Nombre spot:
Palabra

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

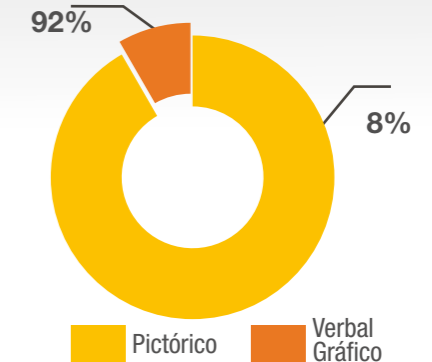
Formato:
Spot publicitario
Fecha:
Febrero 2013
Duración spot:
00:48
Nombre spot:
El reyecito en bici

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

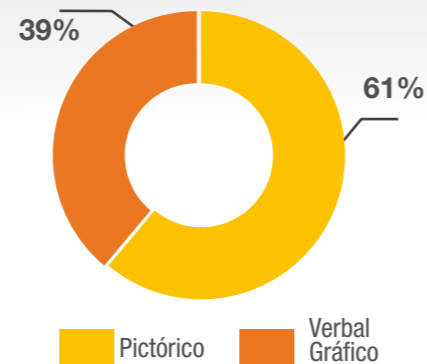
Signos de identidad:

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

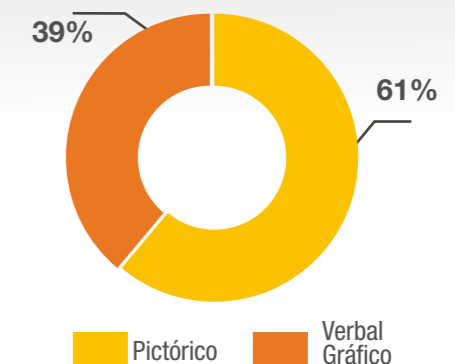
Signos de identidad:

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

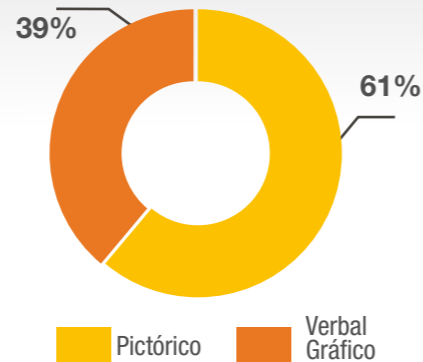
Formato: Spot publicitario
Fecha: Febrero 2013
Duración spot: 00:36
Nombre spot: Que mas podemos prohibir

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

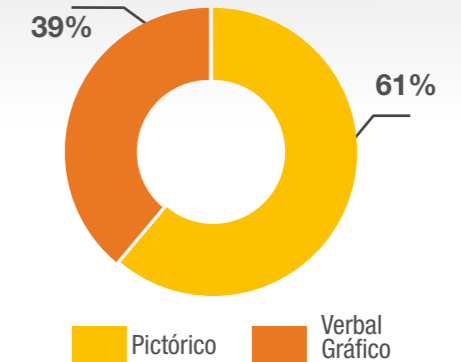
Formato: Spot publicitario
Fecha: Febrero 2013
Duración spot: 00:36
Nombre spot: Que no se note la corrupción

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

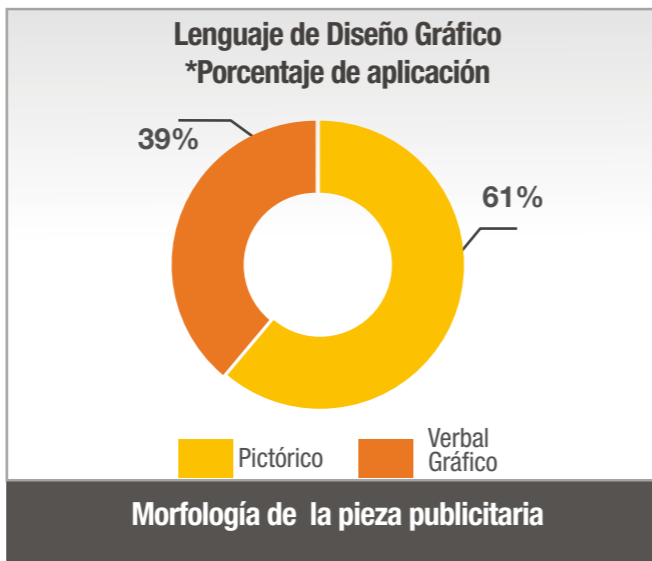


Audiovisuales- Ficha No. 160

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: Quien diga que no tiene empleo, mente



Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,83%
Cromática:	

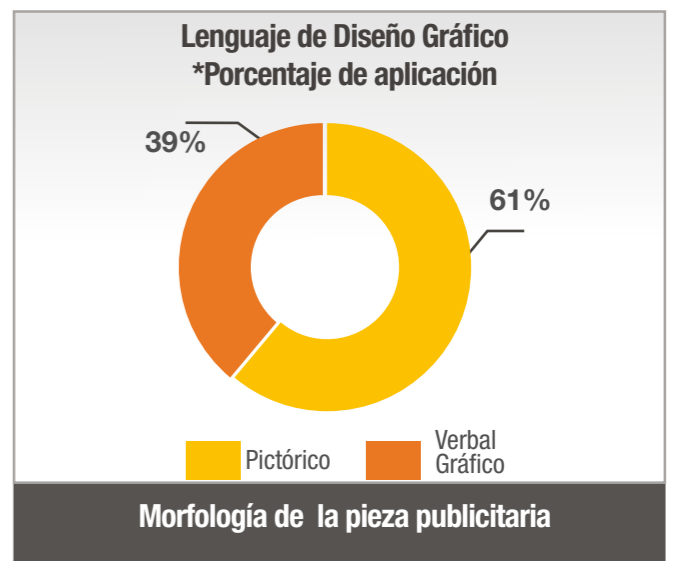


Audiovisuales- Ficha No. 161

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: Gran comunicador	¿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: Proponemos un país



Signos de identidad:	
Marca:	En la pieza publicitaria, la marca ocupa el 8,83%
Cromática:	



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

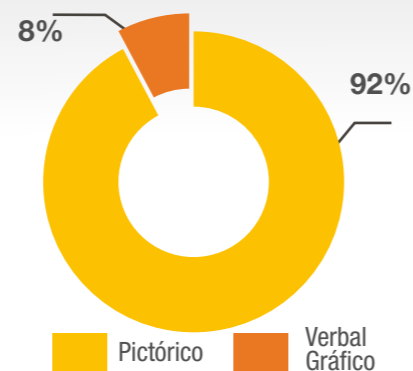
Signos de identidad:

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

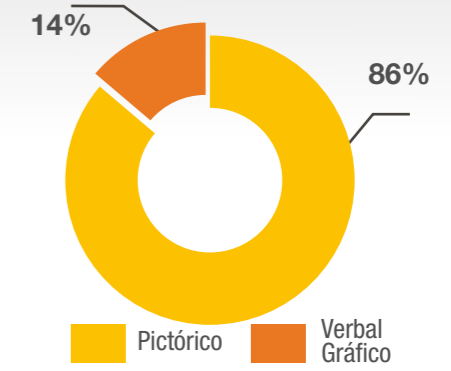
Signos de identidad:

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

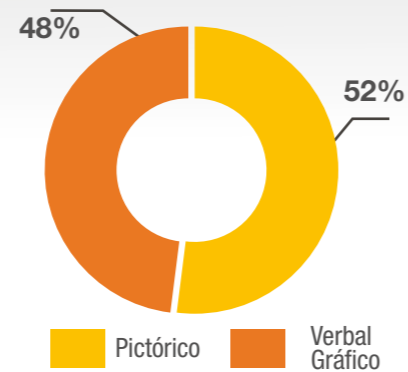
Signos de identidad:

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

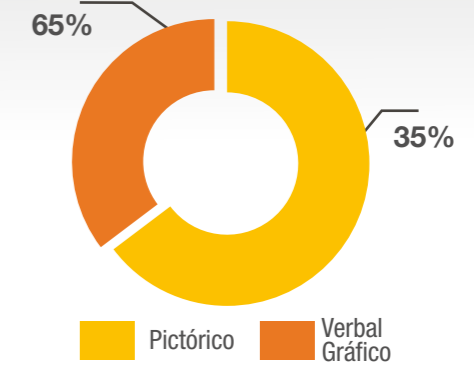
Signos de identidad:

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

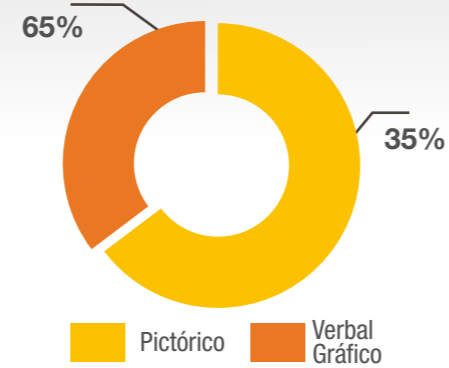
Formato:
Spot publicitario

Fecha:
Febrero 2013

Duración spot:
00:17

Nombre spot:
Respeto

Lenguaje de Diseño Gráfico
*Porcentaje de aplicación



Signos de identidad:

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

Cromática:

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 marcado 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.
- 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

