

# ANÁLISIS SEMIÓTICO COMPARATIVO DE LA PROPAGANDA IMPRESA UTILIZADA POR LOS PRINCIPALES CANDIDATOS DE LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL 2012 EN VENEZUELA

## COMPARATIVE SEMIOTIC ANALYSIS OF PRINTED PROPAGANDA USED BY THE MAIN CANDIDATES FOR THE 2012 PRESIDENTIAL CAMPAIGN IN VENEZUELA

María Isabel Arenas<sup>1</sup>, Cristin Erminda Benavides<sup>2</sup> y Ana Rebeka Lemus

<sup>1</sup>Docente de la Cátedra Audiovisual de la ULA-NURR, Licenciada en Comunicación Social, Especialista en Gerencia en Mercadeo y Magíster en Gerencia de la Educación. <sup>2</sup>Cristin Erminda Benavides Azuaje y Ana Rebeka Lemus Briceño son Licenciadas en Comunicación Social egresadas de ULA-NURR.

### Resumen

La investigación tuvo como objetivo comparar semióticamente las imágenes utilizadas en la propaganda impresa de los candidatos Henrique Capriles Radonski y Hugo Chávez Frías durante la campaña presidencial del 2012, para determinar el sistema de relaciones: diferencias y semejanzas existentes entre ellas. Se utilizó la teoría del Modelo Binario de Roland Barthes, centrado en el mensaje denotado y connotado. Metodológicamente se procedió a la escogencia de tres piezas de propaganda impresa (un aviso de prensa, un afiche y una valla) de la campaña electoral de cada uno de los candidatos en cuestión. Se desarrolló una matriz de análisis, partiendo de la teoría del Modelo Binario de Roland Barthes, que se aplicó a cada una de las piezas de manera individual, para posteriormente hacer la comparación. Se concluyó que dentro de las similitudes se encuentra el uso del tricolor nacional como símbolo de patriotismo, el carácter protagónico de los candidatos, los mensajes de esperanza y optimismo, imágenes que muestran multitudes en respaldo y la ausencia de los partidos políticos; mientras que entre las diferencias están el predominio de colores (azul en la campaña de Capriles y rojo en la de Chávez), la forma de presentar a los candidatos y las estrategias comunicacionales: Capriles utiliza un mensaje que va dirigido primordialmente a la razón -su lema es "Hay un camino"- y Chávez uno que recurre más a lo emocional -"Corazón de patria"-.

**Palabras clave:** Análisis semiótico, propaganda impresa y campaña presidencial.

### Abstract

This research compares semiotically images used in the printed propaganda of the candidates Henrique Capriles and Hugo Chavez during the presidential campaign 2012, in order to determinate the system of relations: differences and similarities between them. We used the Roland Barthes theory of Binary Model, centered on denoted and connoted message. Methodologically we proceeded to choose three pieces of the printed propaganda (newspaper ad, a poster and a hoarding) of the election campaign of each candidate. An analytical framework, based on the theory of Binary Model Roland Barthes, was applied to each of the pieces individually. It was concluded that the similarities are: the national flag as a symbol of patriotism, the lead character of the candidates, the messages of hope and optimism, pictures showing crowds in support and the absence of political parties, while among differences are the predominant colors (blue in Capriles campaign, red in Chavez campaign) the way the candidates are presented and the communication strategies: Capriles uses a message that stands for the reason-with the slogan: "There is a way" - and Chavez uses an emotional one: "Homeland's heart".

**Keywords:** Semiotic analysis, printed propaganda and presidential campaign.

**Recibido:** 29/04/2014 - **Aprobado:** 18/06/2014

## Introducción

Se entiende por comunicación visual todo aquello que ven nuestros ojos, sin embargo no todas las imágenes que observamos tienen el mismo valor, ya que éste puede variar según el contexto en el que estén insertas, dando así informaciones diferentes.

Ahora bien, la comunicación puede ser intencional o casual. La nube es una comunicación visual casual, ya que al pasar por el cielo no tiene intención alguna de advertirnos que se acerca un temporal. En cambio es una comunicación intencional la serie de nubes de humo que hacían los indios para comunicar, por medio de un código preciso, una información precisa. Una comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que la recibe, ya como mensaje científico o estético, o como otra cosa. En cambio una comunicación intencional debería ser recibida según el significado buscado en la intención del emisor.

El mensaje visual está compuesto por información lingüística y soporte visual; en este último se pueden determinar cualidades como: El color, la forma, el movimiento, entre otros. Dondis (2006) señala que los elementos básicos del lenguaje de la imagen son los signos icónicos que están constituidos por la luz, el punto, las líneas, la textura, las figuras y las estructuras.

Además las imágenes pueden ser creadas en ámbitos diversos y con múltiples finalidades, por ejemplo: La compra-venta, es decir, la imagen publicitaria que tiene como objetivo vender un producto o servicio; las informativas orientadas a la transmisión de datos; las de entretenimiento que solo buscan divertir; y en el ambiente de la política que se refiere principalmente a la propaganda electoral; por mencionar solo algunos casos.

Lo importante es que los valores de tipo social, moral e ideológico de una sociedad

se pueden leer en los objetos, las imágenes e incluso los comportamientos. Estas lecturas, o decodificaciones visuales, dependerán del contexto, entendiéndose como tal, un conjunto particular de indicadores geográficos, temporales, psicológicos y sociales, que en un momento determinado configuran el entorno en el que se produce el mensaje visual contenido en la imagen, el objeto o el comportamiento que se interpreta.

Así el significado de una imagen dependerá, por un lado, de quién la produce, dónde, cuándo y en qué condiciones sociales, políticas y culturales; y por el otro, de quién la ve, dónde, cuándo y en qué condiciones sociales, políticas y culturales.

Hay una serie de disciplinas que se ocupan del estudio y la interpretación de los diferentes tipos de signos. Entre ellas la Semiótica, particularmente desde Charles Sanders Peirce, se ha ocupado del análisis de las prácticas significantes. Según Saussure (2005) el signo lingüístico está formado por un significante o imagen acústica -secuencia de fonemas- y un significado que es el contenido mental o concepto. Como metodología, constituye una herramienta que ofrece aportes significativos en relación a los problemas de representación y reflexión crítica sobre valores estéticos, morales e ideológicos que están involucrados en los mensajes icónicos y lingüísticos.

Roland Barthes (1974), fue uno de los primeros en aplicar a la crítica literaria los conceptos surgidos del psicoanálisis, la lingüística y el estructuralismo, además de ser pionero en haber propuesto un análisis estructural de la imagen publicitaria “con sus conceptos de denotación y connotación” (Adam, 2000: 224). Barthes afirma -en su conocido artículo “Retórica de la imagen”- que toda imagen posee tres mensajes: uno lingüístico, uno icónico codificado (la imagen literal que es la denotada) y uno icónico no codificado (la imagen simbólica, lo connotado, en tanto que es un sistema que se hace cargo de signos de otro sistema

para convertirlos en su significante). Para este autor toda imagen es polisémica, por ello las sociedades necesitan técnicas para fijar las cadenas de significados y evitar los signos inciertos.

Sobre las afirmaciones de Barthes, en las imágenes que se utilizaron durante la campaña electoral venezolana del 2012, donde los principales candidatos: Hugo Chávez Frías y Henrique Capriles Radonski, aspiraban ocupar el cargo de presidente de la república, se pudo apreciar como la propaganda impresa se desplegó por todo el país, a través de avisos, afiches, pendones, vallas, entre otros. Cabe recordar que la propaganda es esa forma de comunicación que pretende persuadir a la audiencia principalmente con fines ideológicos.

Los actores políticos saben la importancia que tiene la propaganda en una campaña electoral, su principal meta suele ser conseguir el apoyo de las personas a través del voto. Es importante que quienes integran la sociedad estén conscientes de dicho objetivo y que cuenten con herramientas que les permitan descifrar los mensajes, signos y símbolos, para comprender mejor, no solo el mensaje sino la estrategia que sustenta al mismo.

Como una contribución al entendimiento de estos procesos, se propuso el análisis semiótico comparativo de la propaganda impresa utilizada por los principales candidatos de la campaña presidencial 2012 en Venezuela.

### **Materiales y métodos**

Esta investigación se desarrolló en el estado Trujillo, Venezuela, durante un período establecido entre Julio de 2012 hasta Junio de 2013. La elección presidencial de Venezuela para el período 2013-2019 fue el proceso electoral llevado a cabo el 7 de octubre de 2012, en el que resultó reelecto el presidente Hugo Chávez para un tercer mandato consecutivo.

Las principales coaliciones que disputaron la elección fueron el Gran Polo Patriótico (GPP), integrado por el Partido Socialista Unido de Venezuela, el Partido Comunista de Venezuela, la Unidad Popular Venezolana, el PPT, el Movimiento Tupamaro de Venezuela, el Movimiento Electoral del Pueblo, y los partidos independientes por la comunidad nacional y REDES que respaldaba la reelección de Hugo Chávez, y la Mesa de la Unidad Democrática (MUD) conformado por los partidos Un Nuevo Tiempo, Acción Democrática, Primero Justicia, Proyecto Venezuela, COPEI, La Causa Radical, Alianza Bravo Pueblo, Movimiento al Socialismo y Vanguardia Popular que estuvo representado por Henrique Capriles Radonski, candidato electo en elecciones primarias, celebradas el 12 de febrero de 2012.

Para estas elecciones el oficialismo buscaba reelegir al presidente Hugo Chávez por tercera vez consecutiva, luego de que fuese aprobada en el referendo de 2009 la Enmienda N° 1 a la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, artículo 341, que elimina las restricciones a la postulación sucesiva para los cargos de elección popular.

Los otros candidatos que participaron en estas elecciones fueron: María Bolívar por el Partido Democrático Unidos por la Paz, Orlando Chirinos por Partido Socialismo y Libertad, Reina Sequera por Poder Laboral y Luis Reyes Castillo por Organización Renovadora Auténtica. Sin embargo, para interés de este estudio solo se tomó en cuenta los dos principales candidatos. La campaña electoral terminó oficialmente el 4 de octubre de 2012.

Se utilizó como técnica de recolección de datos e información la revisión documental, la cual según Hurtado (2006) es la que se utiliza cuando los indicios se leen pues “la información está contenida en textos escritos, ya sea porque la unidad de estudio es un texto,

o un documento, o porque ya fue recogida y asentada por otra persona”. Se aplicó la teoría del “Modelo Binario” de Roland Barthes (1990) como base para realizar el análisis semiótico de las imágenes utilizadas en la propaganda impresa de los candidatos Henrique Capriles Radonski y Hugo Chávez Frías durante la campaña presidencial del 2012, para posteriormente establecer un sistema de relaciones: semejanzas y diferencias, entre la propaganda impresa utilizada por uno y por el otro.

El instrumento de recolección de datos fue una matriz, impresa en papel, que fue elaborada tomando en cuenta la teoría de Barthes, en la cual se identificaron los mensajes denotados y luego los connotados de cada pieza de propaganda impresa seleccionada, para finalmente compararlas y así determinar el sistema de relaciones entre aspectos similares y diferentes.

Esta investigación se consolidó en base a los siguientes procedimientos:

.- Revisión documental de la teoría: “Modelo Binario” de Roland Barthes.

.- Selección de tres piezas (un aviso de prensa, un afiche y una valla) de la campaña electoral presidencial de Henrique Capriles Radonski y otras tres del candidato Hugo Chávez Frías.

.- Realización de la matriz de análisis semiótico de la propaganda impresa del candidato Hugo Chávez Frías y de Henrique Capriles Radonski.

.- Comparación semiótica de la propaganda impresa del candidato Hugo Chávez Frías con la de Henrique Capriles Radonski para establecer las semejanzas y diferencias.

.- Elaboración de las conclusiones.

## **Resultados:**

(TABLA N° 1)		
MATRIZ DE ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LA PROPAGANDA IMPRESA DE HENRIQUE CAPRILES RADONSKI		
Pieza promocional	Mensaje Denotado	Mensaje Connotado
<p>1.- <u>Aviso de prensa (Fig. 1)</u> (Publicado en medios impresos nacionales)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El aviso, en orientación vertical, tiene en la mitad de arriba la imagen principal en la que aparece el candidato y en la mitad de abajo el texto.</li> <li>-En la imagen fotográfica aparecen personas al fondo y rodeando al candidato que está en un primer plano.</li> <li>-Presencia de los colores amarillo, azul y rojo en fondo de agua (con transparencia), predominando el color azul, sobre la marcha de personas (seguidores).</li> <li>-En el entorno se aprecian edificios, postes y la gente con banderas nacionales de Venezuela.</li> <li>-Eslogan de "Hay Un Camino" dentro de una pequeña bandera nacional que aparece al frente de la imagen del candidato, a la altura de su cintura.</li> <li>-Color blanco arriba y al fondo (cielo).</li> <li>-Color marrón en una franja que está en la parte de abajo, con el borde redondeado por arriba, y en la que aparece el nombre del candidato Capriles Radonski y abajo dice "Presidente".</li> <li>-Debajo de esta imagen -anteriormente descrita- aparece, sobre un fondo blanco, el texto del aviso en letras negras: "Los venezolanos viviremos tiempos mejores. Tendremos un futuro de progreso para todos por igual. La fuerza para hacer que las cosas cambien está dentro de ti y de millones que piensan y sienten como tú. Tú eres necesario para que Venezuela progrese. Tú voto es la llave para que el 7 de octubre le abramos las puertas al futuro. Juntos podemos lograrlo. ¡El futuro es indetenible y nuestro!"</li> <li>- Y para finalizar, en letras rojas resalta la frase: "La fuerza del progreso eres tú, vota por tu futuro".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se destaca la imagen del candidato, lo que indica que es el elemento central a promocionar (ocupa gran parte del aviso). Su nombre aunado a la palabra "Presidente", para que el público establezca la relación y/o se vaya familiarizando con esa idea y el texto donde se realiza la promesa básica, que puede resumirse en ideas principales, así: hace falta un cambio para que haya tiempos mejores en el país, pero para que eso suceda la gente tiene que, primero, ir a votar, y segundo, que sea por el candidato Henrique Capriles. De esta forma, se puede entender que el candidato H.C.R. es la solución a los problemas en Venezuela, pero para eso es necesaria la participación de la gente, en las elecciones 2012, que salga a votar por él. El enfoque es que votando por él a la final votas por ti mismo y tu futuro; allí estaría el beneficio de la oferta para el público a quien va dirigido el mensaje. Se invita a la acción, a hacer algo: salir a votar por Capriles Radonski el 7 de octubre, es lo que se tiene que hacer para recibir el beneficio de la promesa: Tener un futuro mejor.</li> <li>- Otros elementos para analizar son el tricolor de la bandera nacional: amarillo, azul y rojo, evocando patriotismo y que está presente tanto en la bandera que aparece frente al candidato, con el slogan de campaña: "Hay un camino", como en el fondo de agua (transparencia) que arroja a la gente. En el primer caso se analiza como que: Hay un camino y el camino es Venezuela. En el segundo caso, los colores de la bandera como fondo de agua sobre la gente indican que se trata del pueblo venezolano. Es de destacar que el color azul en este caso ocupa mayor espacio y se nota más, mientras que el rojo, en menor espacio, luce descolorido (con menor saturación e intensidad). Este último aspecto puede entenderse como que el azul (color que arroja e identifica a la Mesa de la Unidad -organización que agrupa a los partidos opositores-) es mayoría, mientras que el partido de gobierno (siempre identificado con el rojo) va perdiendo fuerza, entendiéndose como menos seguidores.</li> <li>- La imagen también da a entender que se trata de un recorrido por las calles, evocando al eslogan de "hay un camino", y quien lo lidera es Capriles (al frente). Además al caminar al aire libre rodeado del pueblo connota que se trata de un hombre sencillo.</li> <li>- Al candidato se le ve seguro, muestra una mirada de firmeza y su cuerpo es como si estuviera en movimiento, siguiendo "ese camino" al que se refiere el eslogan.</li> <li>- El color marrón que aparece en la parte de abajo de la imagen, señala la firmeza con la que va sostenida la campaña, es una estrategia, ya que este color hace referencia a la seguridad, constancia y fiabilidad.</li> <li>- Las letras negras dan seriedad al texto y un buen contraste con el fondo blanco, mientras que el rojo le da color y resalta, evoca a la acción y emoción.</li> </ul>

2.- Afiche (Fig.2):



-El candidato tiene alzada su mano derecha.  
 -Usa una camisa azul.  
 -Eslogan de "Hay un Camino" con los colores de la bandera.  
 -El fondo donde aparece el nombre del candidato, junto a la palabra "presidente" tiene un azul más fuerte que el de la camisa. El texto está en letras blancas.  
 -Al fondo se observan personas sin distinguir, se trata de un desenfocado de lente, como recurso fotográfico.  
 -La mirada del candidato apunta hacia arriba y a lo lejano  
 - En cuanto a la distribución de los elementos, si se hace una división vertical, toda la mitad izquierda del afiche es ocupada por la imagen del candidato, a un lado y arriba, ocupando casi un cuarto de la pieza promocional, aparece el eslogan de la campaña "huy un camino" dentro de una bandera de Venezuela, dos elementos que unidos representan casi que un logo. En el cuarto restante del afiche, la gente con un ligero desenfoque de lente, es decir, no se observa con nitidez esta parte de la imagen. Finalmente, un cintillo abajo con el nombre del candidato junto a la palabra "presidente".

- Sigue predominando el color azul (la camisa del candidato, el cintillo de abajo y en la bandera arriba a la derecha) transmitiendo frescura, tranquilidad y confianza. Su mano derecha se hace notar al tenerla alzada y pertenecer al partido de la derecha, simbolizando triunfo (recordemos que así es como se reconocen a los ganadores algunos encuentros deportivos y en el boxeo, por ejemplo).  
 - La mirada del candidato apunta hacia arriba como señal de esperanza, su sonrisa lo confirma pues muestra serenidad, tranquilidad, confianza.  
 - Al fondo se puede observar personas que lo miran o le siguen, pero quedan en este afiche relegadas a un segundo plano, destacando que lo importante a promocionar es el candidato, cuyo nombre queda identificado abajo con letras blancas (el color de la pureza) en fondo azul oscuro (color que transmite solidez y confianza), junto a la palabra Presidente en la parte de abajo, algo que interesa que el público asocie.  
 - Nuevamente aparece la imagen símbolo, que se convierte en una especie de logo para la campaña, se trata de la bandera de Venezuela con el eslogan (frase identificativa en un contexto comercial o político) encima de "Hay un camino". Esto puede entenderse como que: Hay un camino y el camino es Venezuela. Así mismo lo deja saber el candidato cuando realizaba sus mítines políticos en diferentes partes del país, como parte del proceso de la campaña electoral presidencial del 2012. Podría dirigirse además, este mensaje, a personas que no desean participar en el proceso, aquellos desmoralizados que llevan tiempo sin ver un triunfo electoral presidencial de la oposición, incluso referirse a los que creen que la opción es abandonar el país para buscar otros horizontes. Capriles les insiste que: hay un camino de progreso y futuro en Venezuela y los invita a recorrer ese camino junto a él.  
 - En el candidato se observa una gran sonrisa donde se puede notar su dentadura, esto da tranquilidad a los votantes, ya que transmite seguridad para no defraudarlos, su mirada hacia arriba puede indicar además confianza en Dios.

<p>3.- <u>Valla (Fig.3):</u></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El candidato con una camisa azul y pantalones color gris ocupa la mayor parte de la valla. Por su postura física va caminando con el pie derecho al frente.</li> <li>- El eslogan de "Hay un Camino" en letras blancas y los colores de la bandera de Venezuela al fondo. Ubicado en la parte superior a la derecha de la valla si se mira de frente.</li> <li>- Las letras del nombre del candidato en negro junto a la palabra presidente; ubicado abajo del simbolo que dice "Hay un camino".</li> <li>- En cintillo amarillo que está abajo y pasa por detrás del candidato con el nombre del partido político Primero Justicia.</li> <li>- Abajo del cintillo amarillo, pero por delante del candidato, un cintillo negro con letras en blanco que dicen: Vota por tu progreso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las vallas al ser un medio de publicidad exterior, donde la gente cuenta con poco tiempo para observarlas ya que se supone va de paso, deben contener pocos elementos y el mensaje debe darse de manera concreta y sencilla, que sea de rápido entendimiento. En este caso se cumple esa máxima, pues son pocos los elementos utilizados: el más importante de todos – así lo evidencia su tamaño y el espacio que ocupa- es la imagen fotográfica del candidato Henrique Capriles Radonski; el logotipo (elemento gráfico que identifica a una entidad) de "hay un camino" arriba y a la derecha, el nombre del candidato junto a la palabra "presidente" y abajo pero con un cintillo que pasa por detrás en amarillo (color que irradia energía) el logo del partido que lo respalda –así queda evidenciado en la imagen al estar abajo como base y atrás como respaldo- Primero Justicia; finalmente, la frase en un cintillo negro: vota por tu progreso, en letras blancas de la pureza que puede tener dicho propósito y por delante del candidato, como indicando que antes del candidato primero está tu futuro y tu progreso.</li> <li>- Nuevamente el candidato en actitud de caminante, con su pie derecho adelante, como signo de "empezar con buen pie" ese camino al que se refiere en su eslogan, va dinámico pero tranquilo, incluso parece confiado. Además la derecha implica también la visión ideológica de este candidato y quienes le acompañan, por eso se reafirma nuevamente con la presencia del color azul, en contraposición del rojo tan utilizado por los movimientos, partidos y la ideología de izquierda.</li> <li>- Su imagen de movimiento señala que no hay que detenerse tras las batallas que hay que enfrentar, indica que hay que seguir, que hay que avanzar, cambiar y no quedarse con una sola opción, es por esto que ahora él quiere verse como un líder frente a aquellas personas que buscan algo diferente, su eslogan de "Hay un Camino" manifiesta su deseo por progresar y buscar algo mejor. Su pie derecho al frente no es coincidencia, es estrategia de ver que ese es su partido y al que deben seguir sus electores, además que se dice es mejor empezar con el pie derecho (indica buen presagio o buena suerte).</li> </ul>
<p style="text-align: center;">María Isabel Arenas, Cristin Erminda Benavides<sup>2</sup>y Ana Rebeka Lemus</p> <p style="text-align: center;">Análisis semiótico comparativo de la propaganda impresa utilizada por los principales candidatos de la campaña... págs. 41-54</p>		

(TABLA Nº 2)

MATRIZ DE ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LA PROPAGANDA IMPRESA DE HUGO CHÁVEZ FRÍAS

Pieza promocional	Mensaje Denotado	Mensaje Connotado
<p>1.- <u>Aviso de prensa (Fig.4)</u> (Publicación: Sábado 1 de Septiembre de 2012, Periódico La Voz)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se trata de un aviso de página completa y orientación vertical.</li> <li>- De arriba hacia abajo encontramos primero las frases en letra blanca y mayúscula: Vota pa'arriba, vota pa'lante. Luego dice en letras más pequeñas: Por una patria independiente, con aún más calidad de vida y felicidad para los venezolanos. Y posteriormente, en letras medianas: Vamos todos el 7-O a votar por Chávez.</li> <li>- De fondo un conglomerado de gente que viste de rojo y que llevan pancartas que dicen: "Chávez" y "Presidente 2012, Chávez corazón de mi patria", además de globos rojos, azules (en menor cantidad) y dos pancartas con el color amarillo. Arriba el cielo oscuro y más abajo se toma amarillo.</li> <li>- Al frente y en el centro del aviso la imagen en plano medio corto de Hugo Chávez que mira hacia su izquierda, pero para quienes ven de frente el aviso su rostro y mirada apunta hacia la derecha. Está vestido con una franela roja y por encima una camisa azul.</li> <li>- Abajo (a la altura del pecho) y al frente del candidato, una franja roja ondulante en la cual aparece el lema de la campaña: "Presidente 2012, Chávez corazón de mi patria" y el símbolo que se encuentra donde debería estar la "v" de Chávez, un corazón con los colores de la bandera nacional definidas con líneas curvas para dar sensación de profundidad y relieve, mientras que tiene por dentro, en la parte de arriba del corazón, una estrella blanca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las primeras frases: Vota pa'arriba, vota pa'lante, se refieren a la forma de votar, por una parte a la ubicación que tendrá el candidato en el tarjetón electoral, pero también a una posición de liderazgo: adelante y arriba.</li> <li>- Luego la promesa y futura recompensa (si realiza la acción sugerida: Votar por Chávez): podrán tener una patria independiente, mayor calidad de vida y felicidad. Es de destacar, que en estos dos últimos aspectos, se dice "aún más", entendiéndose que la gente ya tiene calidad de vida y felicidad, aspecto importante si se toma en cuenta que el candidato lleva varios años mandando. Llama la atención que no sucede lo mismo con "una patria independiente", es decir, que ese aspecto aún no ha sido logrado.</li> <li>- Luego se invita a la acción: salir a votar el siete de octubre por Chávez. Por tanto, se busca persuadir en forma positiva (no negativa con un castigo, sino con un premio, en este caso varios): si votas por Chávez tendrás: patria independiente, calidad de vida y felicidad.</li> <li>- El fondo donde aparecen estas frases es oscuro y en relación a la imagen representaría el cielo, algo curioso si se toma en cuenta que un cielo oscuro puede entenderse como que se avecina una tormenta o un mal presagio, pero en este caso se considera que se hizo así sencillamente para ofrecer un buen contraste con el tono de las letras que es claro, de hecho es blanco, color que simboliza pureza y bondad. Aunado con el amarillo del horizonte, que puede representar la energía pero también un atardecer, y el rojo de la base del partido, el pueblo; al unirse los tres: el azul oscuro y amarillo del cielo, con el rojo de la gente, se tiene el tricolor nacional.</li> <li>- Se nota la alegría y euforia por parte de las personas que se encuentran detrás del candidato -se entiende como sus seguidores- vestidos del color rojo que representa el movimiento (la revolución bolivariana) y el partido PSUV que apoya al candidato.</li> <li>- Los colores de unos cuantos globos azules, si se suma con unas pocas pancartas amarillas, representaría el sentido de patriotismo por ser los colores de la bandera nacional. Hay que recordar que una de las promesas es la patria independiente, así se invoca al amor a la patria. Se percibe mucha emoción en el tipo de mensaje y el color rojo representa, justamente eso, la emoción, la pasión, la acción, incluso por encima de la razón.</li> <li>- Los carteles de las personas con los mensajes a favor de Chávez señala que se trata de sus seguidores, más aún si visten el color del partido, el rojo. Sus manos saludando y sus caras sonrientes evidencian alegría y entusiasmo. Otros tienen los brazos levantados en señal de triunfo o victoria. En términos generales, se evidencia el optimismo.</li> <li>- La imagen de Chávez es usada en plano busto porque la idea es enfocar la atención en él, en un candidato que no solo busca consolidar los catorce años de su gobierno, sino que promete comenzar hacer cambios para integrar a una parte del país que quizás, o ha perdido la confianza o no lo ha apoyado antes, pero que ahora es importante para consolidar el triunfo electoral. Es por eso que en la imagen se evidencia un cambio importante visualmente, la presencia del azul, color que identifica a la derecha, a los factores de oposición de su gobierno, por primera vez se nota de manera recurrente en los distintos medios impresos, al candidato vistiendo una camisa azul (antes, en otras campañas siempre predominaba el rojo), de esta forma se muestra a un</li> </ul>

		<p>Chávez más moderado, menos radical, se supone que con la intención de convencer o captar electoralmente a aquellos que no concuerdan con la ideología radical de izquierda, sino más bien de centro o derecha. Sin embargo, la franela que se ve, tiene por debajo de la camisa azul, es roja, y como queda a la altura del pecho, su corazón (la emoción o sentimientos) significa que sigue fiel a su partido, a su movimiento y a su ideología socialista de izquierda.</p> <p>- Nuevamente, un doble mensaje cuando se observa al candidato con la mirada hacia su izquierda, leal a su ideología, pero quienes lo ven de frente, su mirada apunta hacia la derecha y que en este caso sería también hacia adelante, no hacia atrás, en sentido que lo que importa ahora es pensar en el futuro.</p> <p>- Al frente del candidato, una franja roja ondulante (simbolizando una bandera) en la cual aparece el lema de la campaña: "Presidente 2012, Chávez corazón de mi patria", se hace evidente lo que se busca lograr: la presidencia, no cualquiera, la del 2012, y se recurre a un mensaje emocional, tanto en lo verbal como con la imagen, evocando los valores del cariño (la imagen del corazón) y el patriotismo (los colores de la bandera nacional), así se evidencia también con el icono de corazón de patria (el corazón con los colores de la bandera nacional y la estrella blanca).</p>
<p>2.- <u>Afiche (Fig.5):</u> (Obtenido el 25 de Agosto 2012, en Boconó, estado Trujillo)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se trata de un afiche de orientación vertical.</li> <li>- En la parte de arriba el lema: Presidente 2012, Chávez corazón de mi patria, con presencia del símbolo: el corazón con los colores de la bandera nacional y una estrella blanca.</li> <li>- En el fondo un cielo con nubes que es coloreado, a manera de transparencia, nuevamente con los colores amarillo, azul y rojo, siempre con mayor presencia del rojo y en este caso con mejor el amarillo.</li> <li>- Luego la imagen de Hugo Chávez en primer plano, ocupando la mayor parte del afiche, vestido con una camisa azul por fuera y una franela roja por dentro. Mira hacia la derecha, si se le ve de frente, y hacia arriba. Sale sonriente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevamente son utilizados los colores representativos de la bandera de Venezuela, que llaman al sentido patriótico.</li> <li>- En el fondo se evidencia en menor proporción el color amarillo, que simboliza en la bandera las riquezas de esta tierra. Hay que recordar que este candidato considera que la riqueza y el capitalismo tiene grandes desventajas, no en vano el color amarillo casi no aparece en las piezas de la propaganda política de este candidato.</li> <li>- El azul representa al Mar Caribe, pero en este caso también es el color símbolo de la oposición y la derecha. Llama poderosamente la atención que aparece el candidato nuevamente con una camisa azul por fuera, se trata de un cambio significativo visual, al que no se tenía acostumbrado al pueblo. Se proyecta entonces una imagen más moderada política e ideológicamente hablando. Pareciera que la estrategia es ganar a nuevos adeptos, aquellos llamados <i>ni ni</i> (ni de un lado ni de otro), a los indecisos, a los del centro e incluso a los de la derecha.</li> <li>- El rojo, el color al que se le ofrece mayor espacio (en el fondo), representa en la bandera la sangre derramada en las luchas independentistas. Esta última idea, cuadra perfectamente con parte de la promesa de la campaña electoral chavista de lograr la "independencia" de Venezuela, en un sentido de no depender de las grandes potencias económicas mundiales. Mientras que en la franela por dentro, indica que Chávez en su interior sigue siendo "rojo".</li> <li>- El rojo representa la pasión, incita a la acción, es la revolución, el socialismo, la ideología de izquierda, el color icono del PSUV y de Hugo Chávez.</li> <li>- El lema de la campaña: "Presidente 2012, Chávez corazón de mi patria", (explicado en el análisis anterior) deja claro que Chávez pretende ser presidente otra vez, y se llama a la emoción, quizás la nostalgia, evocando los valores del amor (la imagen del corazón) y el patriotismo (los colores de la bandera nacional), así se evidencia también con el icono de corazón de patria (el corazón con los colores de la bandera nacional y la estrella blanca). Se trata de un mensaje con una importante carga emocional.</li> </ul>

		<p>- Luego, más abajo, se muestra a un candidato sonriente, confiado y rozagante (a pesar de que públicamente se tenía conocimiento ya de su enfermedad y las imágenes en mítines y cadenas nacionales mostraban una imagen un tanto diferente: con hinchazón en el rostro y subido de peso, por ejemplo). Se pretende brindar confianza a sus seguidores de que el triunfo es posible e incluso seguro. Se muestra a un Chávez enérgico que puede brindar mucho de sí todavía.</p> <p>- El candidato cuando mira hacia la derecha, si se le ve de frente, también puede entenderse como que mirar hacia el oeste es mirar hacia adelante, por tanto al futuro y no al pasado, pero además puede pensarse que como mira hacia su izquierda, su visión política sigue siendo de izquierda. La mirada hacia arriba puede indicar esperanza en un sueño.</p>
<p>3.- <u>Valla (Fig.6):</u></p> 	<p>- Esta imagen es muy parecida a la del afiche anterior, en cuanto a que se repiten ciertos elementos: la misma imagen de Hugo Chávez, los colores de la bandera en transparencia y al fondo, así como lo que se convierte en logotipo de la campaña, es decir, la frase Presidente 2012, Chávez corazón de patria y la imagen del corazón en tricolor nacional y una estrella.</p> <p>- Se nota como diferencia, en cuanto al afiche, la ubicación de los elementos, ya que la orientación de la valla es horizontal y no vertical; de esta forma la imagen de Chávez queda a la izquierda de quien la observa, y a la derecha el mensaje escrito con la imagen del corazón.</p> <p>- Se observa, pero de manera difusa -como en desenfoco- una masa de gente detrás de los colores del fondo, particularmente en el rojo y amarillo, más no así en el azul.</p>	<p>- Los colores han jugado un papel importante en la campaña presidencial, son un elemento importante a la hora de analizar, ya se ha mencionado como se evoca al patriotismo con los colores de la bandera nacional, o lo que se pretende decir al vestir al candidato con una camisa azul por fuera y una franela roja por dentro. Todo el simbolismo entorno al rojo, al amarillo y al azul. Pero no se ha mencionado el blanco.</p> <p>- En este caso, el blanco se utiliza para las nubes y para las palabras "Presidente 2012" y "Chávez" porque se busca crear una impresión de limpio, honesto y/o puro, porque todo aquello que esté blanco es aséptico por esta razón el nombre del candidato oficialista resulta en blanco porque lo que se busca es dejar claro que cuenta con estos valores.</p> <p>- Su imagen está situada a la izquierda para enmarcar la posición de izquierdista que ha mantenido a través de los años, pero además porque es una norma en diseño que las fotografías de las personas deben quedar mirando hacia adentro de un aviso y en este caso de la valla.</p> <p>- Su mirada -que ya se ha explicado lo que representa- hacia su izquierda mostrando su inclinación política-ideológica, un tanto hacia arriba, como quien tiene esperanza y anhela un sueño o una ilusión: ser el presidente de Venezuela para el 2012, así lo confirma lo que dice el logotipo al que parece mirar.</p> <p>- Interesante como en el fondo -nuevamente los colores de la bandera nacional- se ve gente (representando a los seguidores) detrás del amarillo un poco, pero muchos en el rojo, más no así en el azul. Esto podría entenderse como que el color azul, que representa a la oposición, no tiene adeptos.</p> <p>- Su imagen sigue siendo tomada a un primer plano o toma de hombro, para enfocar más sus rasgos y su expresión facial, que luce radiante, alegre y sin duda confiado con una amplia sonrisa.</p> <p>- Ya se ha comentado lo que representa el símbolo del corazón con los colores de la bandera y una estrella, pero faltó decir, que este último elemento (la estrella) ha sido además un signo tradicional izquierdista.</p>

Tipo	Imágenes	Semejanzas	Diferencias
<p>1.- Aviso de prensa</p>	<p>1.1.- El del candidato H.C.R. (Fig. 1)</p>  <p>1.2.- El del candidato H.C.R. (Fig. 4)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El elemento central de la propaganda impresa de ambos candidatos es la imagen de estos en un tamaño que ocupa casi todo el espacio. Parece lógico si se entiende que ellos son el aspecto a promocionar.</li> <li>- Los colores de la bandera nacional: amarillo, azul y rojo, están presentes en ambas campañas.</li> <li>- Los dos candidatos hacen alusión en el texto, a la promesa de que si votan por ellos el beneficio recibido será la mejora en la calidad de vida de los ciudadanos.</li> <li>- Ambos muestran a un grupo de seguidores entusiastas.</li> <li>- Los dos candidatos se presentan vestidos con una camisa azul.</li> <li>- Ninguno hace alusión al partido que representa</li> <li>- En ambas campañas se resalta el nombre del candidato a promocionar en un tamaño de letra grande y en color blanco. Además, va aunado a la palabra Presidente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En cuanto al tamaño, el aviso de Henrique Capriles Radonski es de media página y el de Hugo Chávez Frías de página entera.</li> <li>- El afiche de Capriles hace alusión a un futuro de progreso, mientras que el de Chávez se enfoca en una patria independiente y en tener más felicidad.</li> <li>- En el aviso de Capriles predomina el color azul y el de Chávez el rojo.</li> <li>- En el de Capriles se muestra a este de medio cuerpo caminando (se destaca su juventud, estado físico atlético y dinámico, el camino por recorrer es el esfuerzo que tendrá que hacer para llegar a su meta: la presidencia de la República), y en el de Chávez en un primer plano, donde se observa mejor su rostro de alegría y de esperanza en ese sueño de seguir siendo el presidente de los venezolanos.</li> <li>- En el aviso de Chávez se ve nitidamente la cara de las personas que le acompañan, con rostros de alegría, mientras que en el de Capriles son difusas.</li> </ul>
<p>2.- Afiche</p>	<p>2.1.- El del candidato H.C.R. (Fig. 2)</p>  <p>2.2.- El del candidato H.C.R. (Fig. 5)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambos afiches tienen una orientación vertical.</li> <li>- En los dos, la figura principal es el candidato a promocionar que aparece en un primer plano con mirada hacia adelante, con sonrisas amplias, dando la sensación de alegría, entusiasmo, confianza y serenidad.</li> <li>- Está presente la bandera nacional a través del uso de sus colores, resaltando el sentido de patriotismo e identidad venezolana.</li> <li>- Los dos llevan camisa azul.</li> <li>- En ambos casos, se utiliza el logotipo y un eslogan (ya se ha explicado previamente cuales son).</li> <li>- En los dos se destaca con letras grandes y blancas el nombre del candidato.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El afiche de Hugo Chávez posee colores más vivos que el de Henrique Capriles.</li> <li>- Mientras que el de Chávez aparece al fondo unas nubes (indicando como una especie de líder o ser sublime que se encuentra en el cielo), en el afiche de Capriles está la gente con un ligero desenfoque (no importa la identidad de cada uno sino el hecho que son muchos), se trata de un líder más terrenal.</li> <li>- El nombre de Chávez está ubicado arriba y el de Capriles abajo (reforzando la idea planteada en el párrafo anterior de este análisis).</li> <li>- Mientras Capriles indica a sus seguidores que hay un camino (es decir para llegar a la meta hay que esforzarse), Chávez recurre al sentimentalismo con el lema: corazón de patria.</li> </ul>

<p>3- Valla</p>	<p>3.1.- El del candidato H.C.R. (Fig. 3)</p>  <p>3.2.- El del candidato H.C.F. (Fig. 6)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambas vallas tienen una orientación horizontal.</li> <li>- Ambos candidatos aparecen del lado izquierdo, cuando se le mira de frente a la valla, y sus logotipos, frases y nombres del lado derecho.</li> <li>- En las dos hay presencia de los colores de la bandera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En la valla del candidato Capriles, éste aparece en un plano medio largo, se muestra enérgico, caminando, pero su disposición física muestra seguridad y confianza. Mientras que Chávez se muestra en un plano más cerrado (primer plano), haciéndose énfasis en la expresión de alegría de su rostro.</li> <li>- Aunque en las dos hay presencia de los colores de la bandera, en la de Capriles hay mayor presencia de amarillo, azul y blanco, mientras que en la de Chávez de rojo.</li> <li>- En la de Chávez está al fondo una multitud (con desenfoco), detrás de los colores amarillo y rojo; pero en la de Capriles no hay el elemento visual de los seguidores.</li> <li>- En la de Capriles aparece el nombre de su partido (Primero Justicia), mientras que en la de Chávez no.</li> <li>- Nuevamente los mismos lemas y logotipos que en los análisis de las piezas anteriores, los cuales son totalmente diferentes (solo tienen en común la presencia de los colores de la bandera nacional).</li> </ul>
-----------------	--	--	--

## **Conclusión:**

La propuesta de análisis semiótico de Roland Barthes, en la cual se debe establecer cuál es el mensaje denotado y connotado de una pieza promocional, sirvió para establecer las relaciones entre las prácticas significantes y descubrir las estrategias comunicacionales de los principales candidatos de la campaña electoral de 2012 en Venezuela.

Una vez realizado el análisis se pudo concluir que existen varias similitudes en la propaganda impresa de los candidatos Henrique Capriles Radonski y Hugo Chávez Frías, entre ellas: El predominio por el uso del tricolor nacional (presente en los fondos y en los logos, como señal de patriotismo e identidad nacional), el carácter protagónico de cada candidato (siempre de frente con planos medios o más cerrados, vestidos con camisa azul, con actitud confiada, serena, rostro sonriente, mirada hacia arriba en señal de esperanza y optimismo), sus nombres resaltan (letras en mayúsculas, con gran tamaño y en color blanco como símbolo de pureza y de honestidad), suelen mostrar a sus seguidores (en señal de que cuentan con el respaldo del pueblo), pero casi no hay presencia de la imagen de los partidos que los respaldan (probablemente por la pérdida de credibilidad que éstos han tenido en los últimos tiempos), se invita a la acción de votar en las elecciones del siete de octubre con la promesa de una mejor calidad de vida y un futuro mejor.

Además se concluye que la propaganda impresa de Capriles y Chávez se diferenció principalmente en: El predominio de colores (en la de Chávez el rojo y en la Capriles el azul). En este caso, vale mencionar como curiosidad el hecho de que el candidato del gobierno se promocionara por primera vez con una camisa azul, color que identifica a los partidos de oposición, pero como se analizó la estrategia consistiría en ganar adeptos que no son radicales de izquierda (cuyo voto estaría asegurado), sino a los del centro o a los indecisos, para así garantizar la victoria

de unas elecciones que se vislumbraban para el momento como muy reñidas.

También hubo diferencias en la forma de presentar a los candidatos, mientras que Capriles aparece caminante en movimiento (lo que se puede interpretar como el esfuerzo que debe de realizar para llegar a la meta: ser presidente de Venezuela), Chávez está en estado de reposo, con un plano más cerrado en el que se muestra sonriente. En otras piezas, aparece Chávez casi como un ser sublime, con nubes de fondo, mientras que Capriles terrenal con gente alrededor. Capriles le indica a sus seguidores que “hay un camino” (hay que luchar para obtener éxito en lo propuesto y el primer paso es salir a votar. Se trata de un mensaje que va a dirigido a la razón), mientras que Chávez recurre a lo sentimental con el lema: “corazón de patria” (un mensaje de tipo emocional).

A estas alturas, se conoce que el ganador de la contienda electoral, fue el candidato Hugo Rafael Chávez Frías, quien obtuvo un 54,4% de los votos, ante su principal contendor Henrique Capriles Radonski quien logró un 44,9%. Hugo Chávez Frías consolidó así la meta de vencer para ejercer un tercer mandato consecutivo, sin embargo, en lo que pareciera ser un revés del destino, fallece pocos meses después de la reñida contienda electoral, precisamente el 5 marzo de 2013 (según informes oficiales).

Por su parte, el dirigente político Henrique Capriles Radonski tuvo que enfrentarse en una nueva contienda electoral presidencial, el domingo 14 de abril de 2013, en esta oportunidad con el candidato y presidente encargado de la República Bolivariana de Venezuela, Nicolás Maduro Moros, quien venció por el estrecho margen de 1.49% ante el líder opositor.

### **Referencias Bibliográficas:**

- Adam J, y Bonhomme M. La argumentación publicitaria. Retórica del elogio y la persuasión. Madrid: Cátedra. 2000. p. 224.
- Barthes R. Investigaciones retóricas, La antigua retórica, Ayuda memoria. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo. 1974.
- Barthes R. La aventura semiológica. Barcelona: Paidós Comunicación. 1990.
- Dondis D. La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. Barcelona: Editorial Gustavo Gil, S.L. 2006. P. 35.
- Hurtado J. El proyecto de investigación. Metodología de la Investigación Holística. 4ta. Edición. Bogotá: Sypal y Quirón Ediciones. 2006. p. 148.
- Saussure, Ferdinand. Curso de lingüística general. Buenos Aires: Losada. 2005.