

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**Análisis del empleo del eslogan El gobierno de todos de la
presidencia de Lenín Moreno en el canal de YouTube de la Secom,
en los primeros quince días de abril durante la emergencia sanitaria.**

AUTOR:

Haz Valero, José Luis

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TUTOR:

Lcda. Gálvez Vera, Cecilia María Gabriela, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

15 de septiembre del 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Haz Valero José Luis**, como requisito para la obtención del título de **Licenciado en Comunicación Social**.

TUTORA

f. _____

Lcda. Gálvez Vera, Cecilia María Gabriela, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Lcdo. Luna Mejía, Efraín, Mgs

Guayaquil, 15 de septiembre del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Haz Valero José Luis**

DECLARO QUE:

El trabajo de titulación, **Análisis del empleo del eslogan El gobierno de todos de la presidencia de Lenín Moreno en el canal de YouTube de la Secom, en los primeros quince días de abril durante la emergencia sanitaria**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación Social**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del trabajo de titulación referido.

Guayaquil, 15 de septiembre del año 2021

EL AUTOR

f. _____

Haz Valero, José Luis



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Haz Valero José Luis**

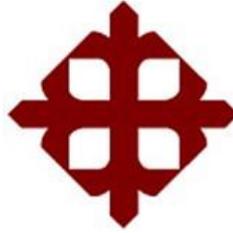
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del trabajo de titulación **Análisis del empleo del eslogan El gobierno de todos de la presidencia de Lenín Moreno en el canal de YouTube de la Secom, en los primeros quince días de abril durante la emergencia sanitaria**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 15 de septiembre del año 2021

EL AUTOR

f. _____

Haz Valero, José Luis



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

REPORTE URKUND

URKUND

Documento [jose_haz.docx](#) (D111758739)

Presentado 2021-08-27 10:50 (-05:00)

Presentado por María Auxiliadora Leon Molina (maria.leon10@cu.ucsg.edu.ec)

Recibido maria.leon10.ucsg@analysis.orkund.com

0% de estas 100 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

Maria Auxiliadora Leon Molina (maria.leon10)

Categoría	Enlace/nombre de archivo
Fuentes alternativas	
Fuentes no usadas	

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

f. _____

LCDA. GÁLVEZ VERA, CECILIA MARÍA GABRIELA, MGS.

TUTORA

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a Dios por darme la fortaleza de seguir adelante y poder retomar mis estudios para obtener mi título universitario.

A mis padres, Sandra y José, y a mi hermana Sandra por su incondicional apoyo y por creer en mí en todo momento. Son mi soporte en mi vida.

A mi querida Isabela, por motivarme a retomar la carrera y perseguir el sueño de ser periodista. Tus palabras me incentivaron a continuar.

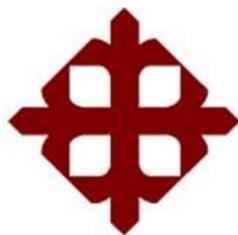
José Luis Haz Valero

DEDICATORIA

A mi familia, que me ha guiado y brindado su apoyo con su amor incondicional. A mi amado hijo Sebastián, todo lo que hago es para ti y por ti.

A mi abuela en el cielo, sé que estás contenta de verme convertido en profesional.

José Luis Haz Valero



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

LCDA. GÁLVEZ VERA, GABRIELA, MGS.

TUTOR

f. _____

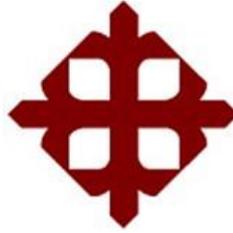
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

OPONENTE



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CALIFICACIÓN

f. _____

LCDA. GÁLVEZ VERA, GABRIELA, MGS.

TUTOR

Índice

Resumen.....	XIII
Abstract	XIV
Introducción	2
Capítulo 1	3
1. Presentación del proyecto	3
1.1. Planteamiento de la situación problemática.....	3
1.2. Justificación.....	6
1.3. Líneas de investigación	7
1.4. Pregunta o Hipótesis de Investigación	7
1.5. Objetivos	8
1.5.1. Objetivo General	8
1.5.2. Objetivos Específicos.....	8
Capítulo 2.....	9
2. Marco Teórico.....	9
2.1. Definición de eslogan.....	9
2.2. Historia del eslogan.....	12
2.2.2. Eslóganes políticos en la historia.	16
2.3. Características del Eslogan.	18
2.3.1. Recordabilidad.	18
2.3.2. Reiteración.	20
2.3.3. Extensión.....	21
2.3.4. Creatividad.	23
2.3.5. Persuasión.	25
2.3.6. Concisión.	27
2.4. Tipos de eslogan.....	29
2.4.1. Eslogan publicitario.	29

2.4.2.	Eslogan político.....	31
Capítulo 3.....		36
3.	Aproximación Metodológica	36
3.1.	Tipo de investigación.	36
3.2.	Unidades de observación.....	37
3.3.	Unidades de análisis.....	37
3.4.	Periodo de análisis.....	37
3.5.	Matriz de análisis, muestra y especificidades de la observación.	37
3.5.1.	Matriz de análisis de eslogan político.	37
3.5.1.1.	Formato.	37
3.5.1.2.	Análisis del eslogan.....	38
3.5.2.2.	Análisis de informes.....	40
3.6.	Análisis de contenido.	324
3.7.	Encuestas.....	328
3.8.	Comparación con otros eslóganes.....	333
3.8.1.	“La patria ya es de todos”	333
3.8.2.	“La fuerza de los pobres”	335
3.8.3.	“Pan, techo y empleo”	336
Capítulo 4.....		338
4.	Conclusiones y recomendaciones.	338
4.1.	Conclusiones	338
4.2.	Recomendaciones.....	338
Referencias.....		340
Anexos		343

Índice de gráficos

3.7.1.	Análisis de las respuestas obtenidas.....	328
--------	---	-----

Índice de tablas

3.5.2.2.1.	Lunes 06 de abril de 2020	40
3.5.2.2.2.	Martes 07 de abril de 2020.....	68
3.5.2.2.3.	Miércoles 08 de abril de 2020.....	111
3.5.2.2.4.	Viernes 10 de abril de 2020	138
3.5.2.2.5.	Sábado 11 de abril de 2020	189
3.5.2.2.6.	Lunes 13 de abril de 2020	235
3.5.2.2.7.	Martes 14 de abril de 2020.....	271
3.5.2.2.8.	Miércoles 15 de abril de 2020.....	303

Resumen

El presente trabajo plantea realizar un análisis exhaustivo de la presencia del eslogan “El gobierno de todos”, de la presidencia de Lenín Moreno, en los informes de la emergencia sanitaria por el covid-19 durante los primeros quince días de abril del año 2020.

La muestra fue escogida en esta fecha por considerarse un período de tiempo crítico debido a la pandemia del coronavirus y en este contexto, surgió la necesidad de observar la forma de comunicar del gobierno y cómo el eslogan creado por éste, figura en las piezas comunicacionales.

Palabras Clave:

Eslogan, comunicación política, comunicación estratégica, campaña electoral.

Abstract

This thesis tries to thoroughly analyze the motto “El Gobierno de todos” during Lenin Moreno’s presidential term and all the covid 19 related campaigns and reports conducted in the first 15 days of April 2020.

The sample was taken during these days because it was a critical time being due to the coronavirus pandemic and there was an urgency to note the ways in which the government informed and how this motto stands among the communicational process.

Key Words:

Slogan, political communication, strategic communication, election campaign.

Introducción

Este proyecto tiene la finalidad de observar de manera exhaustiva la trascendencia de un eslogan en la comunicación política. Se buscará explorar más a fondo el de la presidencia de Lenín Moreno, “El gobierno de todos”, y cómo este lema ha sido receptado por los ecuatorianos

En la primera fase se desarrollará el marco teórico, que será importante para el estudio e incluirá el planteamiento del problema y las razones por las que se escogió este tema de investigación.

En la segunda fase se investigará sobre el objeto de estudio, su definición, la historia, eslóganes importantes en la historia, características importantes para su construcción y los diferencias entre eslogan político y publicitario.

En la tercera fase se analizará bajo dos matrices: una para el análisis del eslogan y la otra para desglosar los aspectos más importantes de los videos de los informes de la emergencia sanitaria de los primeros quince días de abril de 2020 que se encuentran en el canal de YouTube de la Secom. Para la construcción de la primera matriz se tomaron en cuenta varios indicadores como la extensión, si capta la atención, el tipo de eslogan, su fácil memorización y el número de palabras. La segunda matriz correspondiente a los videos, se realizó con los indicadores de la imagen, el discurso, los signos presentes y el significado que daba a entender. En esta etapa también se encuestaron a 83 personas para conocer el grado de aceptación de las personas con el eslogan “El gobierno de todos” y si esta herramienta comunicacional es recordada por ellas.

Aquí se comparó con otros eslóganes o lemas trascendentales de la política ecuatoriana y que tuvieron un grado de aceptación fuerte de parte de la población. Este contraste sirve para ver qué tan fuerte fue el eslogan de Lenín Moreno en relación a los de otros gobiernos, específicamente los de León Febres-Cordero, Abdalá Bucaram y Rafael Correa.

Capítulo 1

1. Presentación del proyecto

1.1. Planteamiento de la situación problemática

El eslogan es una frase corta que impacta y simplifica en una sola idea lo que se que desea comunicar y resaltar con mucha fuerza. Según Reboul (1978), lo que cuenta antes que nada no es su sentido sino su impacto. En realidad, no importa si es entendido, si es aceptado, si es o no recordado. Lo que verdaderamente interesa es si el eslogan pudo lograr un efecto de movilización al público que fue dirigido. Siempre va dirigido a un público determinado por diferentes vías o canales de comunicación y en la actualidad, los mensajes emitidos ya no se los realiza únicamente en los medios tradicionales (prensa, radio, televisión), sino que ahora se apunta a las nuevas plataformas digitales que se han convertido en los espacios de mayor consumo de parte de las audiencias.

El eslogan es “la expresión lingüística significativa, perdurable y eficiente de una estrategia de comunicación institucional, política o empresarial” (Garrido,2000:70). Este recurso es usado en el marketing político, que forma parte de técnicas usadas para la influencia en el comportamiento de personas o grupos de personas, que tiene la intención de inclinar la opinión de personas y organismos de poder para llegar a reforzar la ideología o lograr cambiarla.

Una de las particularidades del eslogan es la novedad y la creatividad que se emplea cuando es creado y lo expresado dentro de él como figura semántica y cómo se centra la enunciación en el significado. Otra de las características generales es la corta extensión que tiene y con pocas palabras e incluso una sola puede englobar la idea que quiere comunicar.

La creatividad es uno de los recursos mejor empleado en la construcción de un eslogan y para ello se necesita una gran capacidad para poder elaborar y estructurar todo el conjunto de palabras para que se logre el impacto y persuasión a los públicos a los que va dirigido el mensaje de la estrategia. También es importante que una vez que sea creado, pueda permanecer durante mucho tiempo en ejecución para que las personas puedan recordarlo y llegar al sentido de identificación con ellas.

Dentro de la política, el eslogan fue tomando impulso en las campañas electorales en Inglaterra en el siglo XVI, y se adecuó de forma rápida a las necesidades de los partidos para realizar estrategias acordes al análisis de los votantes.

Esta herramienta de la comunicación estratégica política ha sido estudiada mayormente en épocas electorales y de campaña. Su creación depende de un equipo que elabora un plan para establecer determinados parámetros para alcanzar una mayor repercusión y efectos que trasciendan en la mente de las personas. Varias de estas frases y eslóganes en el Ecuador han sido recordadas a lo largo de los años e incluso las personas las han tomado para acuñarlas dentro de su lenguaje cotidiano y coloquial, cumpliendo de esta manera con una de las características del eslogan que habla sobre la permanencia en la memoria. “Un buen eslogan no debe morir con la campaña, sino ser un referente que ayude a posicionar el producto en el mercado” (Fernández, 2005: 95).

El poder que tiene un eslogan para convencer se hace posible cuando el destinatario está expuesto ante una atracción emotiva y cuando los mensajes son inmediatos e implican la participación de los receptores. Según López (2000), “El receptor de un mensaje lingüístico o de un discurso retórico, siempre más o menos político, no es una figura meramente pasiva o decorativa, pues, aunque escuche en silencio, está trabajando”. La participación activa de la audiencia que no se queda esperando el mensaje y se queda con él, hace que se generen diferentes reacciones que pueden llegar a ser aceptadas, rechazadas o hay la posibilidad que la empatía inicie y tenga el efecto esperado.

Para que el eslogan logre un posicionamiento, debe ser transmitido por una persona que represente una estimulación y una motivación de las personas y los votantes. En el marco electoral, no en todas las ocasiones se obtiene un resultado totalmente positivo y hay que considerar que el margen de error y la negatividad va a estar rondando en el entorno.

Pero si estos mensajes van acorde a los puntos positivos, se construye una imagen del candidato que va por las emociones y el racionamiento queda relegado, a veces se logra el objetivo. Para Cepol (2006.p17), “el centro de toda campaña triunfadora tiene un mensaje con el cual los votantes se identifican”.

En el Ecuador se han realizado muchas investigaciones acerca de los efectos de los mensajes políticos y la creación de campañas electorales que han quedado en la retina del electorado y también a aquellos que han cometido errores y han sido olvidados de forma rápida por las personas. A lo largo de los años, varios eslóganes políticos han conseguido permanecer en la memoria de las personas y estos formaron parte de grandes estrategias de campaña.

Uno de los casos más recordados es el de Abdalá Bucaram Ortiz, que llegó a la presidencia en 1996 con una campaña que se consolidó con el eslogan llamado “La fuerza de los pobres”, que impactó, tuvo novedad e identificación y ayudó a construir una imagen de poder. “Los esfuerzos de comunicación de la campaña deberán estar dirigidos, entonces, a los votantes que no se encuentran ubicados en los extremos de la clasificación, es decir, a los adquiridos, los frágiles y los potenciales” (García y D’Adamo, 2004: 8). A esto apuntó claramente Bucaram y ganó muchos adeptos en la segunda vuelta con su mensaje de carisma hacia el pueblo y haciéndose pasar como parte de él.

El discurso usado por Bucaram buscó siempre ofrecer la lucha de los derechos de los pobres que han sido oprimidos por el sistema y las élites que han gobernado el país. Él se ubica como el salvador de los marginados y se representa como el justiciero, evoca a las emociones de las personas con la aparición de niños y ancianos en sus propagandas para que se palpe el dolor y sugiere que su llegada al poder terminará con este sufrimiento.

Este eslogan, “La fuerza de los pobres” fue muy persuasivo y hasta el día de hoy el spot de campaña con la canción interpretada por el expresidente, es recordado por gran parte de la población ecuatoriana. La fuerza de las imágenes, el ritmo, el ataque a sus contrincantes, la energía y estilo de Abdalá y otros recursos más fueron parte de esta propaganda.

Para Pauta Iza (2010: p.115), en su estudio sobre el uso retórico del eslogan “La patria ya es de todos”, concluyó que “al ser un slogan, está a pocos pasos de volverse una especie de refrán y hasta ahora ya ha llegado a ser la frase de pila del gobierno de Correa”. Esto evidencia la manera en que se afianzó en la población ecuatoriana bajo un plan y estrategia comunicacional que apelaba a la influencia total del discurso, que fue bien elaborado y además difundido por diversos canales.

De esta manera, el eslogan era visto repetitivamente por las personas dentro de un discurso presentado en un contexto que era favorable a la propaganda e imagen de Correa que fue estructurado de tal manera que las palabras que lo componían tenían una fuerte carga significativa.

Además, el eslogan casi siempre cerraba el mensaje presidencial de cualquier pieza comunicacional y de esta manera se marcaba una relación directa con los destinatarios y al ser una frase tan sencilla de memorizar y recordar, se interioriza de manera ágil por parte de los receptores.

La presencia de un eslogan en un gobierno forma parte de una estrategia para poder tener relación con los habitantes de un país y establecer si se cumple el plan de persuasión que se diseñó. El empleo de un eslogan en diferentes áreas también debe ser analizado porque así se puede realizar una estimación de reproducción del mismo en spots, propagandas, informes a la nación, vallas de publicidad, decretos presidenciales, presencia en diferentes carteras y ministerios del Estado.

1.2. Justificación

El uso de un eslogan de un gobierno es importante porque en una sola idea engloba las intenciones, ideas y promesas del régimen y la forma en que este va a comunicar y socializar su gestión a los ciudadanos de un país. En Ecuador es evidente que la práctica de esta forma de comunicación es frecuentemente empleada por los políticos en sus campañas y cuando ya empiezan sus respectivas administraciones la propaganda crece y se trata de reforzar una ideología. Las nuevas plataformas se convierten en una herramienta poderosa para poder llegar a las personas y según una tesis doctoral Alberto Prieto Rodríguez, realizada en España en el 2015, los espectadores de YouTube son más activos al momento de seleccionar temas políticos porque hacen un proceso diferente al de la audiencia televisiva.

El manejo de la comunicación y la imagen en momentos puntuales de la administración de un país, son vitales para poder alcanzar un alto sentido de pertenencia y cómo estos eslóganes se convierten en un elemento más dentro de los informes presentados por un gobierno destacan el trabajo que se ha realizado para la construcción de determinados productos comunicacionales. Partiendo de un estudio elaborado en el 2015, sobre el spot “El sueño ecuatoriano”, de la presidencia de Rafael

Correa, se manifiesta la promoción de una representación positiva y la composición del discurso utilizada por su equipo dio resultados. El “Gobierno ya es de todos”, es la frase del actual presidente de Ecuador y ha aparecido en los informes presentados durante todo el tiempo de emergencia sanitaria cuando el régimen se ha dirigido a la nación.

Este trabajo plantea analizar las implicaciones, funciones, participación de esta expresión en el canal de YouTube de la Secom, entidad perteneciente a la Presidencia de Ecuador para determinar si los mensajes han tenido la recepción esperada en la audiencia.

Además, se intentará evidenciar los aspectos y el contenido que manejan las piezas audiovisuales para llegar a la audiencia y poder realizar comparaciones con antiguos gobiernos y diferenciar las diferentes propuestas. La intención de realizar esta comprobación es ver sus similitudes, diferencias, errores, aciertos.

1.3. Líneas de investigación

El estudio de este problema se basa en los estudios de comunicación multimedia y narrativas digitales. El campo de estudio será la plataforma YouTube y se plantea observar los mensajes que se construyeron en los informes de la gestión de la presidencia de Moreno durante la emergencia sanitaria y si el eslogan del gobierno fue un aporte la construcción de estos significados, ya sea de manera directa o indirecta, usando la frase como tal de parte de los funcionarios o como parte de la composición audiovisual en la pantalla.

La muestra de investigación será cualitativa que partirá desde el análisis semiótico de las imágenes y la puesta en escena de cada uno de los informes, con una observación del montaje y edición de cada uno de los elementos de las cadenas durante el mes de abril, sin dejar a un lado el rol específico que cumple la frase “El gobierno de todos”.

1.4. Pregunta o Hipótesis de Investigación

¿El eslogan “El gobierno de todos” tiene un efecto positivo y brinda aportes significativos a las propuestas comunicacionales de la presidencia de Lenín Moreno?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

- 1.5.1.1.** Analizar el empleo del eslogan “El gobierno de todos”, en los informes de la emergencia sanitaria en el mes de abril del 2020 para conocer el alcance comunicacional que este tiene en la audiencia y determinar las diferencias de este tipo de mensajes con anteriores presidencias.

1.5.2. Objetivos Específicos

- 1.5.2.1.** Examinar los elementos audiovisuales y la estructura del montaje en cada uno de los informes del gobierno del mes de abril en el canal de YouTube de la Secom.
- 1.5.2.2.** Comparar la estrategia comunicacional usada por este gobierno a través de este eslogan con presidencias anteriores como la de Rafael Correa, Abdalá Bucaram y León Febres Cordero.
- 1.5.2.3.** Calcular la cantidad y frecuencia que fue usado este eslogan por parte de los funcionarios participantes en los informes de la emergencia sanitaria.

Capítulo 2

2. Marco Teórico

2.1. Definición de eslogan

Un eslogan es una frase política, comercial, religiosa o una expresión repetitiva de una idea, cuyo objetivo es persuadir en la mente y en el comportamiento de un público o más grupos definidos. De acuerdo al diccionario inglés de Oxford, lo define como “un corto y notable frase empleada en una publicidad”. Un eslogan suele tener los atributos de ser memorable, muy conciso y atractivo para el público.

En otras palabras, el eslogan es un medio de expresión que se transmite a través de un mensaje para captar la atención y convencer al posible receptor. Las personas logran recordar ciertos eslóganes tiempos después de haber culminado una campaña publicitaria, se los identifica por ser llamativos, originales y creativos. Bassat afirma que el eslogan es a la publicidad como el Aria a la ópera (Bassat, 1993): "Corto y memorable; profundo y brillante; simple y único; impactante, perdurable, creíble y relevante".

En cuanto al término, se puede definir como un conjunto de palabras o frases que va acompañado de un logo o marca que pertenezca a una institución y es una de las más poderosas dentro de las herramientas del marketing. Su finalidad es influir sobre el público, pues, si un eslogan se encuentra bien diseñado y estructurado, es fácil de memorizar y recordar, logrando identificar a dónde pertenece, pues se destaca por ser breve, conciso y de rápida comprensión.

Para que un eslogan sea catalogado como tal, se debe analizar a qué público está dirigido y cuál es su finalidad. Es necesario recalcar que puede servir para diferentes propósitos; además, constituye una característica para reconocer a un grupo específico, por ejemplo: la marca de cosméticos L'Oréal con su eslogan “Porque tú lo vales”, que es una frase que incentiva a las mujeres a lucir bellas, logrando que este producto se diferencie de la competencia.

Un buen eslogan debe contener máximo ocho palabras, debe identificar claramente al producto o servicio, y resaltar los beneficios que lo hace especial. Es una frase que atrapa, define y sintetiza en pocas palabras la idea conceptual de tu producto o servicio. (Ekos Negocios, 2017).

Para que un eslogan sea exitoso tiene que cumplir con ciertos requisitos como el de ser original, el de ofrecer un juego de palabras o una rima que lo marque. También debe representar los valores y cualidades de un producto o servicio al que hace referencia. Vale destacar que un eslogan extenso carecerá de impacto. Además, si no es breve, no puede considerarse como tal.

En definitiva, se trata de una frase corta de fácil recordación, que se usa para vender o aconsejar a las comunidades sobre algo. “Eslogan proviene del inglés slogan y este del gaélico *sluaghghairm*, grito de guerra o lema publicitario como frase identificativa de un contexto comercial o político” (González, 2016).

El poder de captación de un eslogan es fundamental para el posicionamiento de una marca. Sin embargo, otros componentes del producto ayudan que este sea popular o sea uno más del montón. Este poder de captación al que nos referimos tiene que ver directamente en la forma en que el eslogan se incrusta en la mente de las personas, para convertirlo en memorable y recordable.

Como ya lo mencionamos, el eslogan debe ser breve, conciso y crear un vínculo con el público. Se ubica de acuerdo a la necesidad y gusto del espectador, fidelizándolo con la marca. Por eso es importante en la comunicación, el marketing y la política.

El eslogan se presenta como un enunciado breve, conciso y fácil de retener, que nos habla de algo o de alguien, de una manera que resulte impactante, atractiva, ingeniosa o sugestiva para el destinatario interpretante de ese enunciado, con el fin de que adopte determinada actitud o comportamiento ante el tema que constituye el objeto del mensaje (Herrero, 1993).

Su función principal es simple, ya que se enfoca en persuadir a los destinatarios para aceptar el mensaje de un producto sea publicitario, políticos o institucional y otorgarles afinidad con el mismo.

Los eslóganes exitosos permanecen en el tiempo, debido a que, si fueron buenos y crearon un impacto en el receptor, aquellas pequeñas frases no serán olvidadas durante décadas y por lo tanto, la marca o figura a la que pertenecía se vuelve memorables

Un eslogan es una frase con fuerza; es decir, una frase que es capaz de movilizarnos, de que hagamos algo: votar (eslogan político), comprar (eslogan publicitario), luchar (eslogan bélico o propagandístico) (Eguizábal, 1989).

Se pueden crear eslóganes en contenidos muy diferentes unos de los otros, siempre y cuando tengan en común la finalidad de atraer a su audiencia e invitar al público a movilizarse por una causa, ya que incentivan a la colectividad y la unión social. Un eslogan no solo es con un conjunto de palabras, es una razón y lo que esta motiva, sea una compra, una manifestación, una orientación política.

Actualmente, poco se piensan los lemas y los eslóganes, se aceptan e incluso se llevan en la memoria casi con mayor claridad que un número telefónico o alguna información básica para la vida cotidiana. Un lema y un eslogan perviven de generación en generación, se transmiten de forma oral, son, como la propaganda, fáciles de comprender y de memorizar (González, 2016).

El éxito para que un eslogan sea recordado se basa en que tenga palabras fáciles, breves y concisas, que se incrusten en la mente del público. También debe poseer una rima, un ritmo contagioso que permita la captación del mismo y la perduración de este en las mentes de las personas, por lo tanto, es importante que tenga impacto.

Existen varias clases de eslóganes como, por ejemplo:

El eslogan político, que es una frase con la intención de ganar votantes usada en el proceso de campaña, también se usa como lema gubernamental durante los años de mandato de un presidente, con el propósito de vincular la gestión con el pueblo.

El eslogan publicitario, pionero en el marketing y el imperio de las marcas, que tiene la misión de vender y obtener potenciales comparadores y fidelizarlos con los productos que se publicitan.

El eslogan ideológico, que es el precursor y motivador de movimientos sociales que caracterizan a una colectividad con ideas afines.

El eslogan institucional, que representa brevemente la misión y visión de una institución y ayuda a identificar a una compañía por medio de esta frase.

El planteamiento establecido aquí nos llevará a clasificarlos según tres criterios diferentes: en función de su forma, en función de su contenido y en el de su aplicación. Es decir, en términos semióticos, nos encontraríamos con una taxonomía de tipo sintáctico, otra de tipo semántico, y una final de tipo pragmático. La razón de establecer tres tipos diferentes de clasificaciones es la de ofrecer una mayor variedad

de opciones, pero también es consecuencia de las limitaciones que cada una presenta (Eguizábal, 1989).

Para el mencionado autor, existe una infinidad de formas en que se puede clasificar al eslogan y esa versatilidad del uso ha permitido que marcas escalen la cima, políticos obtengan el triunfo, han sido los gritos de guerra de movimientos culturales, y les ha otorgado a los trabajadores el sentido de pertenencia con la institución.

En ocasiones el eslogan ha sido el salvador de marcas, porque les ha generado impacto a pesar de que el producto no sea realmente de alta calidad. Este eslogan, acompañado de una adecuada campaña, le permitirá alcanzar un índice elevado de ventas a pesar de que el producto no sea bueno. Lo mismo sucede con la imagen de algún personaje político: puede que el candidato no sea el más pertinente para la gestión, pero si el eslogan es de gran alcance, este permite que gane los adeptos necesarios para obtener un triunfo. Al igual que con los gobiernos, vincula al pueblo al mandato y, aunque la labor del presidente sea deficiente, la frase generará pertenencia y los fieles seguidores que ese eslogan le hizo ganar a un gobierno harán que estos sean los principales defensores del mismo.

Los buenos eslóganes perduran en el tiempo y la gente los recuerda. La asociación entre el eslogan y el mensaje publicitario tiene su explicación en la conexión de ideas (Wan- I, 2013).

El desenlace de un eslogan puede ser definido en diferentes aspectos como una simple frase o un grito bélico, puede ser usado para dominar el mercado o ser el diferenciador de un producto o una causa, pero, su misión principal, ha sido llamar la atención de un público. El éxito del mismo recae en su duración y en que las personas recuerden, tanto la frase como el motivo al que representaba.

2.2. Historia del eslogan.

2.2.1. Origen y su paso en el tiempo.

El eslogan es un término de origen Gaélico “*shuagh-ghairm*”, que significaba “grito de guerra”, en la antigua Escocia el cual se utilizaba para reunir y avisar a los miembros de un clan o un grupo ante la proximidad de un peligro exterior. Luego, pasó por el inglés y luego se adoptó a otras lenguas (Reboul, 1978).

En efecto, el eslogan ha tenido una gran transición en el tiempo, desde un llamado de un clan cuando estaban en situación de peligro, uso en la política en EE. UU, hasta ser aplicado en el ámbito publicitario y electorales. Por otro lado, en Europa en los años treinta, el eslogan asoció esta palabra como herramienta de comunicación política con el auge de sistemas democráticos y fascistas donde aplicaron estrategias publicitarias con fines propagandísticos, como el caso del eslogan “*Mussolini siempre tiene la razón*”, o el despliegue propagandístico de Goebbels mediante este tipo de estrategias para enfervorizar al pueblo (Rivadeneira, 2007).

En la actualidad el eslogan forma parte de estrategias comunicacionales y suele estar incorporado en los logotipos con la finalidad de potenciar el mensaje comercial, institucional o político, además, es una forma de expresar los valores o ideales de una empresa u organización como, por ejemplo, en un spot publicitario de un producto junto con la marca y eslogan transmitido en medios de comunicación, con la finalidad de que las personas logren memorizarlo y recordarlo. Así mismo, el uso del eslogan al ser difundido en diversos medios, suele, en la mayor parte de los casos producir un impacto en la mente del consumidor o público con el fin de que la persona lo repita y difunda a otros grupos sociales.

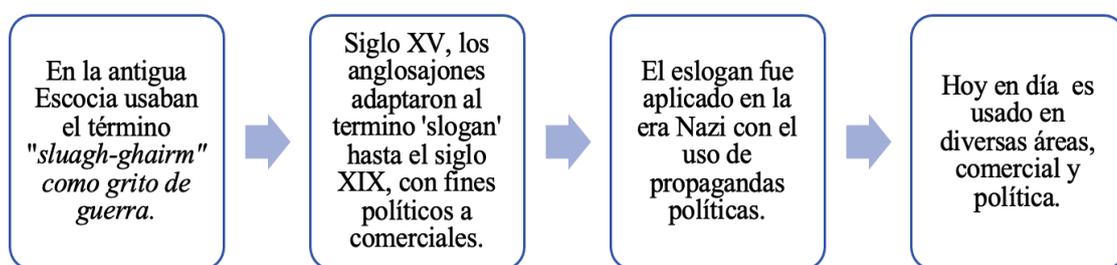


Gráfico 1 Origen del eslogan.

El eslogan servía además como un elemento de reconocimiento del grupo, de la misma forma que ahora la comunidad Appel se reconoce en su «Piensa diferente» o la comunidad Nike lo hace en su «Just do it» (Eguizábal, 1989).

Como lo explica el mencionado autor, el eslogan otorga un nivel de pertenencia e identificación e imagen única, ya que sin necesidad de ver el logo o el producto podemos reconocer una marca por esa frase única que le construye personalidad y estilo.

La palabra eslogan en la lengua castellana se oficializa por primera vez en el Diccionario de la Real Academia, en 1984, como un término con su respectivo concepto separándolo al fin de otros que generaban confusión como un lema, refrán o frase célebre.

En sus orígenes, el eslogan estaba sin duda más cerca del grito de guerra o de la contraseña que de las funciones comerciales o electorales que hoy tiene. Todavía el comercio empleaba un discurso rebuscado, retórico y hueró bien lejos de la concisión y de la riqueza semántica que caracteriza al eslogan (Eguizábal, 1989).

La definición del eslogan como una invitación de lucha, permitió por primera vez acuñar el término en competencia política, y se denominó de esa forma al lema de los candidatos electorales. Con el tiempo ha pasado de la política a las expresiones en ámbitos técnicos, comerciales y publicitarios de casi todos los países alrededor del mundo.

Existen eslóganes que han dejado su huella en el tiempo y con el paso de los años son recordados en libros o en la memoria de las personas como frases identificadoras de revoluciones históricas, como aquellas plasmadas en los estandartes de las tropas guerreras que representaban al emperador Constantino, motivándolas a obtener la victoria.

Era el grito de guerra con el que se daba ánimos a los guerreros escoceses o irlandeses. Con el tiempo pasó al parlamento británico para posteriormente, por la manifiesta influencia anglosajona, traspasar fronteras y sustituir a términos publicitarios como reclamo o lema (Asunción Casado, 2015).

Uno de los eslóganes más memorables de la historia es "Uncle Sam Needs YOU for US Army", que en español se traduce "El Tío Sam te necesita A TI para el Ejército de los Estados Unidos" y era así como el gobierno estadounidense motivaba a los jóvenes, con el propósito de reclutarlos en sus tropas en 1916.

Los primeros indicios de tecnologías dieron parte a que llegaran los medios de comunicación y con esto el eslogan evolucionó, dejó de ser un precursor de causas y movimientos sociales revolucionarios, para conectarse con la audiencia de una forma interpersonal y ya no de grupos masivos.

La tendencia ha sido imparable y ahora los eslóganes pertenecen a comunidades globales. No hay límites. De los clientes de un comercio, los seguidores de un equipo o los integrantes de un tumulto hemos pasado a colectividades transnacionales, hablantes de diferentes lenguas, individuos de distintos países y culturas, convirtiéndose así en un arma de unas dimensiones impensables hasta la llegada de Internet (Eguizábal, 1989).

La publicidad es la que realmente le ha otorgado una posición notable expandiéndolo de manera global ya que esta optimizó cada recurso y obtuvo beneficios para vender marcas y productos a través de propagandas, con el uso de un buen eslogan.

Eslogan significa, entonces, en sus orígenes grito de guerra y se utilizaba para reunir a los miembros de un clan o de un partido. Con el paso del tiempo comienza a emplearse en el lenguaje comercial y hoy ha convertido en un elemento esencial en el mundo de la publicidad, en el cual, no es notoria la diferencia entre lema y eslogan (González, 2016).

Las marcas a nivel mundial no exponen al público un producto sin el uso publicitario de un eslogan y es así como este se volvió fundamental en el marketing con el paso de los años. En la actualidad permite que las marcas sean reconocidas solo por la frase que las define, mas no por el producto.

El eslogan ayuda al lenguaje social que emerge firmemente en la audiencia apropiada, a formar un argumento y un idealismo de la época conectándose con las demás sensaciones existentes en el momento, dando lugar a la expresión de todo como un flashback de lo sucedido.

Pasa, primero, de la política a la publicidad: de consigna electoral inglesa a frase publicitaria norteamericana. Luego, regresa de la publicidad a la política: de frase comercial estadounidense a consigna totalitaria. Después, va nuevamente de la política a la publicidad: de consigna nazi a frase publicitaria. Y, por último, se usa tanto en la comunicación empresarial como en la institucional (Trinidad, 2012).

El camino recorrido por el eslogan a lo largo de la historia es extenso. H sido motivación en guerra e impulso de ventas, se posesionó en varios eventos históricos al nivel mundial. Es parte fundamental de la construcción de imagen de marcas y empresas, establece una conexión y empatía entre los políticos con el pueblo y ha

perdurado hasta la actualidad vinculándose en diferentes aspectos de la cotidianidad de los humanos en su vivir

2.2.2. Eslóganes políticos en la historia.

Podría mencionarse que a lo largo de la historia el eslogan ha sido la clave para la política ya que, gracias a este, los electores o el pueblo han podido identificarse con los candidatos y el gobierno identificándolos como parte de ellos. Por lo tanto, captan la atención de un grupo ganando participantes, futuros votos y simpatizantes al gobierno y es así como esta estrategia comunicativa puede ser el triunfo o fracaso en la política.

El eslogan como estrategia comunicativa se presenta en cada campaña, busca llegar al elector, llamar su atención y persuadirlo a votar por el candidato o partido. Por lo que genera al candidato cierto posicionamiento dentro de la contienda (Galicia, 2015).

El eslogan recorrió el mundo y otorgó triunfos y derrotas, derrocando gobiernos o avivando movimientos sociales, desde sus inicios considerado como un lema el eslogan estuvo presente en los eventos políticos más relevantes de la historia.

En 1750 aparece el eslogan “No taxation without representation” que en español se traduce en “No hay impuesto sin representación”, que surge de los rebeldes americanos en contra del parlamento británico y fue la piedra angular para la declaración de derechos constitucionales, trascendió en el tiempo y hasta la actualidad ante cualquier autoridad legislativa, convirtiéndose en el punto de consideración para ejecutar cualquier cobro de impuesto.

Así pues, los eslóganes pueden portar ideologías y mensajes que defienden valores. Pueden estar asociados a las características del candidato como, por ejemplo, su personalidad, o su pasado político y pragmatismo. Finalmente, pueden apelar directamente al voto presentando el nombre del candidato (García, 2018).

La revolución marxista trajo consigo el eslogan considerado comunista en 1848, “Proletarios de todos los países, uníos”, un grito de protesta que recorrió el mundo. La Segunda Guerra Mundial entregó al mundo relevantes eslóganes como “Heil Führer”,

salud al líder o “Der Führer”, el líder, el guía; “Hitler nuestra única esperanza” y, contrarrestando estos eslóganes surgieron por el lado de Inglaterra “Sangre, Sudor y Lágrimas”, como una motivación para que el pueblo y los militares no flaquearan ante la invasión nazi.

Por otra parte, el eslogan funciona como un promotor de esperanzas, aliento y empeño, en pro de una causa y, como tal, genera una adhesión cuyo carácter incondicional es, generalmente, perfilado por sus promotores (Espíritu, 2006).

Luego de las guerras y revoluciones los eslóganes políticos llegan con alientos esperanzadores, ven la luz como en los años 60, ofreciendo aspiraciones y esperanzas de tiempos mejores; “A time for greatness” or “We can do better”, que se traducen en “Un tiempo para la grandeza” o “Podemos hacerlo mejor”, creados en la campaña de John F. Kennedy, el presidente más joven de los Estados Unidos de América. Sus buenas intenciones y promesas de grandeza, sumadas a su poder de liderazgo, combinado con una excelente campaña y eslóganes que se plasmaron en la memoria de los estadounidenses, le otorgaron la victoria ante Nixon. En la misma década el movimiento hippie, uno de los representantes de la contracultura en Estados Unidos tuvo una gran influencia en la ley y la política. Germina cuando la juventud reflexiona sobre los valores sociales de aquellos años capitalistas, buscando la reivindicación a través de la paz, el amor y la libertad. Tuvo un rol relevante en el universo de las armas y el dinero con eslóganes que hasta la actualidad se recuerdan, tales como: “Prohibido prohibir”, ¡La imaginación al poder!, “Sed realistas ¡Pedid lo imposible!”, “Paz y amor”.

“Labour isn't working”, eslogan político de 1978, que se traduce en “Los laboristas no están funcionando” o “El trabajo no está funcionando”, a favor de los partidistas conservadores de la Gran Bretaña y en contra del Partido Laborista, considerado como uno de los mejores anuncios políticos de la historia y el que colocó a Margaret Thatcher en el cargo de primera ministra del Reino Unido.

Los eslóganes pueden portar ideologías y mensajes que defienden valores. Pueden estar asociados a las características del candidato como, por ejemplo, su personalidad, o su pasado político y pragmatismo. Finalmente, pueden apelar directamente al voto presentando el nombre del candidato (Espíritu, 2006).

Combinar en una frase los valores, una ideología, y características de un candidato es un trabajo de creatividad potente y fue logrado en 2008 por el equipo de Barack Obama con el simple pero poderoso eslogan “Yes we can”, “Sí, nosotros podemos”, sencillo pero conciso. Lo llevó a la victoria. También lo acompañó “Change we can believe in”, “El cambio en el que podemos creer”, un eslogan que contenía la visión del candidato, la promesa de un cambio y la unión del pueblo para creer en su gobierno.

En el 2016, un eslogan relevante en la política fue “Take back control”, “Retoma el control”, usado por los partidarios del Brexit, quienes consiguieron vencer en un referéndum que se consideraba perdido. El lema sugiere el pensamiento de que la Unión Europea había quitado al Reino Unido lo que les correspondía.

El eslogan político es su función lingüística de carácter apelativo, toda vez que “tiene una dimensión pragmática: la persuasión ejercida por el enunciador está orientada a influir en la conducta de los enunciatarios. Así pues, con el enunciatario como eje, el eslogan busca la implicación de aquél de forma que se modifique o ratifique (según el caso) su intención de voto” (Trinidad, 2012).

Y así, en toda la historia universal existieron eslóganes políticos que aún marcan al mundo, causando derrotas y triunfos debido al poder que tuvieron al influenciar al espectador.

2.3. Características del Eslogan.

2.3.1. Recordabilidad.

Según Boyee y Arens en su libro *Publicidad contemporánea* manifiesta:

Los eslóganes pueden ser recordados por diferentes razones, como son, la facilidad para ser repetidos, el ritmo de sus palabras, la utilización de los mismos sonidos o palabras, así como la propia extensión de los mismos (Boyee & Arens, 1992).

El eslogan permite el fácil reconocimiento de una marca, compañía o producto y entre menos palabras contenga, será más recordada; esto es fundamental ya que logra posicionarse en la mente del público o consumidor en referencia a un producto, personaje, o empresa. La creatividad ejerce un rol importante en cuanto a la retención

del enunciado, debido a que tiene que generar un impacto público con el objetivo y perdurar en la memoria de la colectividad.

“Un buen eslogan debe sobrevivir al paso del tiempo, (...) debe conllevar el recuerdo del anunciante y del mensaje publicitario” (Ortega Martínez, 1992).

Para que un eslogan sea recordado con el paso del tiempo depende del número de palabras o sílabas que contenga, cabe recalcar que no sólo dependerá de los factores cuantitativos antes mencionados, sino también de factor cualitativo como el contexto en que se lo aplica, las figuras retóricas utilizadas o palabras empleadas.

La recordabilidad tiene un vínculo importante con la persuasión porque gracias a esta característica, se genera un impacto en la mente y en el comportamiento de quien lo consume. Por lo tanto, el vivir aquella experiencia produce valor en el eslogan. En el marco político, es de gran importancia seguir estos pasos, debido a que el emisor genera credibilidad y confianza hacia el receptor, logrando obtener una buena reputación o imagen dentro de un movimiento ideológico.

El eslogan debe ser válido para diversas campañas a lo largo de los años e incluso durante décadas (Garrido-Lora, 2008).

El temor más grande de las personas es el de ser olvidadas. Permanecer en el recuerdo es importante, ya que dejar una huella en el tiempo, es un logro tanto para el ser humano como para las marcas. El hecho de ser recordado es fundamental para el eslogan, así como el de que se lo asocie con el producto durante un largo período de tiempo. Para que esto suceda, el eslogan tiene que ostentar armonía, rima, musicalidad y ritmo, que genere una repetición.

Esto elementos componen el hecho de que la recordabilidad sea exitosa: primero la cifra de palabras que componga el eslogan- entre menos sílabas existen mayores posibilidades de acordarse del contenido del mismo-, la consistencia semántica de los vocabularios utilizados; Los recursos persuasivos y elocuentes.

En una estrategia de comunicación, el eslogan más relevante acaba siendo el más notorio y obtiene la potencia de ser repetid, reforzando la recordabilidad. No es conveniente hacerle cambios continuos, porque este manifiesta los aspectos distintivos de una entidad.

El anunciante debe perseguir la creación de un eslogan que sea capaz de resistir al paso de los años, “el eslogan debe ser válido para diversas campañas a lo largo de los años e incluso durante décadas” (Garrido-Lora, 2008).

La recordabilidad también es parte fundamental del eslogan, ya que con esta se denota si el mismo tuvo un resultado exitoso y también se vuelve parte de la piel de la marca, que lo hará identificable con el paso de los años. Por eso es importante que los eslóganes trascendían en el tiempo.

Los elementos que hacen de un eslogan el hecho de sea recordable son la fuerza, la abreviación, la claridad y sencillez, su síntesis, la perfección y el ritmo. El éxito de su memorabilidad no solo conlleva un beneficio para la marca, sino también, se convierte en un ejemplo e inspiración para futuras campañas, donde será la guía para la creación de nuevos eslóganes recordables.

2.3.2. Reiteración.

Para que un eslogan perdure en el tiempo es necesaria su reiteración. Olga Martínez (2002, p.42), afirma que la fuerza del eslogan está en su repetición, en que el público haga suya esa frase. Con esto se puede decir que un eslogan bien estructurado y constituido será más fácil de recordar, a diferencia de otro que no sea diseñado de manera correcta. Para atraer esta atención hay que obligar al receptor a realizar una acción o influir en su comportamiento y esto se consigue con la insistencia en recordarle al público que un producto, ya sea publicitario o propagandístico existe.

El eslogan logra un posicionamiento en la población y acuña frases como propias, cuando a veces es transmitido por una persona que representa un estímulo y una motivación para los que reciben los mensajes. En el marco electoral, no en todas las ocasiones se obtiene un resultado totalmente positivo y hay que considerar que el margen de error y la negatividad va a estar rondando en el entorno.

En el mundo de la publicidad se tienen en cuenta en general estos principios, en algunos casos de forma deliberada y en otros, de manera arbitraria, pues es sabido que no hay que ser especialista en oratoria para intentar influir en el ánimo de los posibles

compradores o de los futuros votantes de unas elecciones, objetivo fundamental de cualquier campaña publicitaria (Pérez, 2001).

La reiteración puede ser considerada una figura literaria, pero en eslogan es la acción de repetir el eslogan en toda la campaña, ya que por medio de esta se puede lograr la recordabilidad. Entre más se repita el eslogan, más posibilidad hay de que se impregne en la mente de los receptores y así trascienda en el tiempo.

(...) en la disciplina retórica como inventio y dispositio respectivamente. Son fundamentales, además, los recursos de estilo de los que se sirve el lenguaje publicitario: metáforas, personificaciones, onomatopeyas, reiteraciones, hipérbolos, y otros que, no en vano, se denominan figuras retóricas (la elocutio de la preceptiva clásica) (Pérez, 2001).

La repetición de una frase normaliza la utilización de metodologías y operaciones de uso del lenguaje con un fin artístico o convincente, embelleciendo el eslogan para hacerlo más atractivo al público.

2.3.3. Extensión.

Una categoría importante y que sirve para afianzar la idea del eslogan, es su extensión. El eslogan es una frase corta que impacta y simplifica en una sola idea lo que se desea comunicar y resaltar con mucha fuerza. Según Reboul (1978), lo que cuenta antes que nada no es su sentido sino su impacto. En realidad, no importa si es entendido, si es aceptado, si es o no recordado.

Lo que verdaderamente interesa es si el eslogan pudo lograr un efecto de movilización al público que fue dirigido. Siempre va orientado a determinados receptores por diferentes vías o canales de comunicación y en la actualidad, los mensajes emitidos ya no solo se emiten únicamente en los medios tradicionales (prensa, radio, televisión), sino que ahora se apunta a las nuevas plataformas digitales, que se han convertido en los espacios de mayor consumo de parte de las audiencias.

Para relacionarlo con otro teórico, es válido mencionar a Manuel Garrido Lora, que manifestó que “el eslogan es “la expresión lingüística significativa, perdurable y

eficiente de una estrategia de comunicación institucional, política o empresarial” (Garrido, 2000:70). Este recurso es usado en el marketing político y forma parte de las técnicas empleadas para la influencia en el comportamiento de individuos o grupos, que tiene la intención de inclinar la opinión de personas y organismos de poder para llegar a reforzar la ideología o lograr cambiarla.

Respecto al número reducido de palabras, esta estrategia es fundamental para captar el interés del espectador o lector y que desarrolle la idea del emisor. Como ya lo indica González Martínez (1996, p.239), “la mayoría de los eslóganes no supera las seis u ocho sílabas, integrándose dentro de una unidad métrica tan aceptada”. Dicho esto, casi todos los eslóganes son breves, cortos, concisos y su eficacia llega como tal por lo la omisión de palabras. Esto lo corrobora Oliver Reboul (1978, p.164), al decir que “el eslogan es eficaz por lo que no dice”. Este debe tener las palabras necesarias e indispensables y no debe caer en la exageración ni poseer palabras vacías.

La extensión está relacionada con la perdurabilidad en el tiempo, porque si el eslogan es conciso, será más sencillo que alguien lo memorice. Por ello debe ser breve para que la consistencia sea notable. Se centra todo en un aspecto o elemento y si se realiza de manera larga y extensa, no conseguirá su propósito.

(...) la brevedad del eslogan responde a la vocación persuasiva de todo el anuncio y, de algún modo, es heredera de la tradición clásica de concluir los discursos con una expresión breve y sugerente que resuma de algún modo lo expuesto anteriormente, la llamada peroratio (Garrido-Lora, 2008).

La globalización aceleró las actividades del ser humano, por lo que los productos que consumen deben ser rápidos, eficientes y concisos. Por lo tanto, la brevedad es indispensable en la construcción de un eslogan, entre más breve y claro sea más éxito y efectividad tendrá.

(...) los eslóganes publicitarios tienden a acortarse en número de palabras y a ganar en concentración semántica, y esta brevedad no se justifica por la intención de captar rápidamente la atención del público (Garrido-Lora, 2008).

Desde el origen del eslogan se deliberaba que ocho palabras definían el éxito y la capacidad máxima, pero en la actualidad, con el aceleramiento del tiempo, se ha

disminuido de dos a cinco palabras su estructura para ser más recordable y fácil de captar.

Un buen eslogan con el uso de la brevedad tiene que transferir en escasas palabras la idea central que asiste a la marca y facilita su recordación.

Esta brevedad ayuda a que se cumpla otras de las características principales del eslogan como es la perdurabilidad y la recordabilidad, además avala otra de sus cualidades como es la densidad semántica (Rodríguez, 2012).

La extensión ofrece mayor contenido de resumen conceptual y las palabras del eslogan se disparan como un rayo hacia el receptor, quien lo percibe y lo almacena. Por lo tanto, la dimensión de la frase debe ser breve y esta característica es indispensable para no cansar al consumidor con un contenido tan extenso y fascinarlo con la convergencia de un concepto o una idea, en unas cuantas palabras significativas para el receptor.

2.3.4. Creatividad.

La creatividad y brillantez son dos de los mejores recursos mejores empleados en la construcción de un eslogan y para ello se necesita una gran capacidad con el fin de elaborar y estructurar todo el conjunto de palabras para que logren el impacto y persuasión a los públicos a los que va dirigido el mensaje de la estrategia. Debe ser innovador, usar recursos con las palabras apropiadas y hacer que la persona que lo vea se deleite y sienta algún tipo de emoción.

En ocasiones, la publicidad emplea recursos tipográficos para dar expresividad a los eslóganes. Así sucede con el empleo de mayúsculas, cursivas, negritas, subrayados, colores, etc. El abuso de este tipo de recursos, especialmente cuando se emplean simultáneamente sobre una misma palabra, es censurable desde el punto de vista de la buena redacción publicitaria (Garrido-Lora, 2008).

Aquí cabe destacar las maneras en las que se emplean, ya sea en imagen, formas retóricas del lenguaje, letras (hablando de tamaño y tipografía), que son factores que logran el efecto de la persuasión y potencian el contenido.

La presencia de un eslogan en un gobierno forma parte de una estrategia para poder tener relación con los habitantes de un país y establecer si se cumple el plan de persuasión que se diseñó. Por ello, a través de este estudio es importante conocer estas categorías en este estudio para ver si cumplen estos parámetros y observar si la frase que se creó para el gobierno de Lenin Moreno, ha sido bien construida.

La publicidad contiene una actividad intelectual que se asocia a la creación en la producción de los mensajes tanto textuales como audiovisuales. En términos actuales, el publicista es un creativo que posiciona su trabajo al servicio de terceros. Por su parte, la retórica es la técnica y el instrumento que se puede sistematizar para ponerse al servicio de la creatividad (Álvaro, 2016).

Dentro del parámetro de la creatividad podemos hacer nuestro eslogan distintivo y con un factor diferenciador, también cautivar al público y hacer que este centre su atención en el producto ofertado. Sabemos que, en otros términos, la creatividad es la capacidad o habilidad de inventar o crear algo y, enfocándolo hacia ella, el eslogan permite concebir frases sintetizando las ideas que tengamos en referencia al producto o marca, innovando y mostrando un material interesante y cautivante al receptor.

El eslogan resume el producto y en él deben apreciarse los valores retóricos de originalidad, es decir, el hallazgo de ideas y argumentos (inventio), organización y orden de los elementos (dispositio), la acomodación del texto seleccionado a la frase objeto de invención (elocutio) y la facilidad para recordarlo (memorio) (Álvaro, 2016).

Los eslóganes creativos continuamente se combinan con frases o versos existentes para ayudar a que sean más impactantes en la mente de los consumidores. Son el tipo más difíciles de instaurar, porque utilizan sapiencias colectivas y, por lo tanto, puede ser descalificado. Además, que deben poseer un punto de distinción para no ser relacionado con las fuentes. Ahí surge la intervención de la creatividad garantizando la exclusividad de un eslogan al incorporar la marca, impidiendo que otra institución pueda hacer uso del mismo.

Los buenos eslóganes tienen algo especial que ayuda a su memorización y recordabilidad. Y ese algo especial no tiene tanto que ver con el contenido semántico de estas frases –en su mayoría, previsible– como con los recursos formales puestos en juego (Garrido-Lora, 2008).

Una idea innovadora en un slogan es un enunciado que refuerza el proceso de transmitir valor a los públicos y posicionar la marca en la retentiva de sus consumidores, vinculándola profundamente. La creatividad aporta a que el eslogan sea memorable, tenga un efecto positivo, exponga las mejores cualidades del producto.

Entonces, la creatividad es indispensable para la creación de eslóganes que impacten en la mente del público, también otorga que se diferencie de otros por su originalidad y que tenga perdurabilidad en el tiempo.

2.3.5. Persuasión.

Susana González, en su artículo “La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones”, manifiesta que:

La comunicación persuasiva es el proceso mediante el cual un individuo (comunicador) transmite estímulos (por lo general de tipo verbal) para modificar la conducta de otros individuos (el auditorio). Esta definición consta de cuatro elementos esenciales: a) el comunicador, quien transmite la comunicación; b) los estímulos transmitidos también por el comunicador; c) el auditorio, quien recibe la comunicación, y d) las respuestas que el auditorio manifiesta en el proceso de la comunicación. (González, 2018).

Se entiende como persuasión la forma de convencer o cambiar un pensamiento o ideales a una persona o grupo determinado. En el contexto de un eslogan, trata de atraer la atención y provocar una reacción con la finalidad de que el receptor acepte el producto o servicio. Así mismo, tanto la recordabilidad como la persuasión están relacionadas con la producción de una respuesta emocional y conductual. Para que surja este efecto, es fundamental que el eslogan esté asociado con una experiencia o momento en donde el consumidor se conecte y capte su atención. De esta manera va a influenciar en el subconsciente, generando actitudes y conductas positivas, que lleven a la recordabilidad y a su difusión.

Un eslogan es considerado como parte del lenguaje del poder y la supremacía, porque tiene que convencer y conquistar. La persuasión es primordial en la creación de un eslogan, ya que por medio de esta se obtiene la fuerza del convencimiento al

consumidor, en cuanto a la adquisición del producto, embelleciéndolo con las palabras y creando la necesidad de compra en el usuario.

Todo lo relacionado con lo que sirva para cambiar la mentalidad de la gente suscita cuestiones fascinantes de tipo científico y moral tanto si se trata de conversiones religiosas como de la demagogia política o la propaganda sanitaria, ya se considere la cuestión del impacto de los medios de comunicación de masas sobre el gusto popular, la manipulación impersonal de las masas que al parecer llevan a cabo los que están en el «negocio de la opinión» o las formas más siniestras de adoctrinamiento político practicadas en los estados totalitarios (Brown, 1978).

La persuasión es uno de los compendios básicos de la publicidad que nos permite lograr el objetivo principal que es la venta, los consumidores creen que la práctica de la compra, las garantías, el valor adjudicado por la marca y todo lo que brinda el producto son sustanciales. Va encaminado a impregnar el intelecto humano; indaga en la persuasión racional, a través de la lógica, mientras que la persuasión emotiva, se dirige al interior, a la moral, a los sentimientos de miedo, de búsqueda, de seguridad, de amor, entre otros. Por eso, al lograr tocar aquellas fibras persuade al consumidor a inclinarse por lo anunciado.

La brevedad del eslogan responde a la vocación persuasiva de todo el anuncio y, de algún modo es heredera de la tradición clásica de concluir los discursos con una expresión breve y sugerente que resuma de algún modo lo expuesto anteriormente, la llamada peroratio (Garrido-Lora, 2008).

Para alcanzar persuadir al receptor hacia una marca o un producto, los anunciantes deben tener en cuenta las conciliaciones particulares de los receptores y, con el fin de lograrlo debe investigarlos y estudiarlos y así conocer a fondo sus características.

Los enunciados escogidos pueden vehicular además una fuerza o actividad locutorio bien diversa (sorprender, hacer reflexionar, convencer, persuadir, hacer creer, sugerir, seducir, subvertir ciertos esquemas, etc.). En todo caso la fórmula del eslogan habrá sido cuidadosamente estudiada y seleccionada en función del público al cual va destinada y de los efectos comunicativos perseguidos por el Emisor/Productor del enunciado (Herrero, 1993).

Según Herrero, la persuasión va enlazada con la argumentación ya que seduce al público y a sus sentimientos, tocando la emotividad y la inteligencia emocional. Antes de crear un eslogan, el creativo estudia los públicos objetivos para determinar cuáles son los gustos del mismo, las tendencias y qué es lo que más prefieren del producto. Con estos parámetros establecidos se crea un eslogan que llene las expectativas de los clientes y mantenga la fidelización con la marca, así como también amplificar el alcance y expandir el mercado obteniendo nuevos consumidores.

La flexibilidad enunciativa del eslogan y sus objetivos comunicativos de persuasión/seducción del público destinatario hacen que esta paremia especial sea la más difundida y empleada en nuestra sociedad porque a ella recurre el discurso de la publicidad en sus diversos géneros y variantes, el discurso de la propaganda institucional, y también el discurso político y el ideológico, en determinados momentos (Herrero, 1993).

Uno de los recursos más utilizados en el marketing y la publicidad es la persuasión, que se traduce en el ingrediente indispensable para la creación de un eslogan. Este elemento conquista al destinatario y puede ser aplicado en cualquier tipo de eslogan, sea que represente marcas, instituciones, personas, entre otros. Porque si es usado para una marca, el objetivo es vender; si es utilizado en una institución, aporta a que los miembros de esta conecten, mantengan un vínculo con la empresa y se sientan parte de ella. En el caso de una persona sirve para construir una imagen y que ella sea ícono y gane adeptos y seguidores. Es así como se convierte en prioritario el uso de la persuasión para la invención de un eslogan.

2.3.6. Concisión.

“Alargar un eslogan no es reforzarlo sino debilitarlo, a veces destruirlo” (Reboul, 1978).

La concisión es una característica del eslogan que se visualiza a través de la semántica o gramática porque, entre menos palabras contenga aquella frase y esté construida de forma clara, más facilidad de entendimiento tendrá y así podrá grabarse en la mente del público. La concisión hace uso de la simplicidad y esta no influye, contradictoriamente, en la comprensión. Como consecuencia, se debe tener en cuenta

el léxico o terminologías coloquiales más apropiadas para el receptor. Por ejemplo, no se pueden utilizar palabras en chino para dirigirse a sociedades latinas.

Con el eslogan, la publicidad pretende prescindir de todo lo secundario, lo accesorio, y centrarse en aquellas ideas claves que se quieren transmitir, no quiere que los consumidores fijen su atención en otros aspectos u otras ideas anecdóticas (Rodríguez, 2012).

La concisión tiene como objetivo enunciar la idea central o principal con las palabras óptimas y claras sin sobrecargar o adornar la frase con tantos detalles que oculten o pierdan la atención del receptor con aspectos innecesarios. Independientemente de que el eslogan esté completo o vacío, lo fundamental es que sea preciso, exacto y necesario. Pero, no hay que olvidar que los eslóganes que son demasiado cortos, demasiado simples y demasiado concisos pueden no ser propicios para la publicidad, y que, por lo tanto, deben mantener una medida y un equilibrio adecuados en la creación de los mismos.

El eslogan debe tener las palabras precisas y necesarias para expresar la idea central, Desde el punto de vista conceptual, las palabras vacías (artículos, pronombres, adverbios, proposiciones, adjetivos posesivos y demostrativos y conjunciones) resultan menos útiles en el eslogan que las palabras llenas (sustantivos, verbos y adjetivos calificativos) (Guerrero & Herrera, 2012).

Una combinación adecuada para el eslogan debe poseer sustantivos, verbos y adjetivos calificativos. Con esos tres ingredientes se crea un eslogan conciso, que englobe las características, la marca del producto y conquiste al receptor. No es necesario utilizar pronombres, artículos, adverbios, preposiciones, adjetivos posesivos, demostrativos y conjunciones, porque eso sería poetizar y sobrecargar de elementos un eslogan, provocando que el mismo pierda su esencia e idea central.

La concisión es otra de las exigencias propias del eslogan. Eso las convierte en fórmulas más operativas, más apropiadas para su memorización. Los eslóganes son chocantes, repetibles y convincentes, puesto que sumarios. En algunos casos el eslogan evoluciona en busca de su forma más adecuada, por ejemplo «Hay cosas que el dinero no puede comprar. Para todo lo demás existe MasterCard» se convierte en esta otra fórmula más breve y operativa: «Hay cosas que el dinero no puede comprar. Para todo

lo demás MasterCard». De hecho, la elipsis es una de las figuras mejor asentadas en la publicidad (Eguizábal, 1989).

Sin necesidad de ahondar en teorías, queda claro lo adecuado que es el uso de la concisión para otorgarle brevedad y claridad al eslogan; entre más corto es mejor, pero sin exagerar en la brevedad. Desde hace unos años atrás, los eslóganes han reducido la densidad semántica que poseían

2.4. Tipos de eslogan.

2.4.1. Eslogan publicitario.

En la página digital de investigación “Mercadeo y Publicidad, 2006”, menciona que: “Los eslóganes publicitarios son el medio más efectivo de atraer la atención del público sobre uno o varios aspectos del producto. Típicamente, lo que hacen es proclamar que el producto es de la mejor calidad, proporciona el mayor beneficio o solución o es el más adecuado para el consumidor potencial.”

De acuerdo a la cita, se puede decir que un eslogan publicitario es un mensaje de contenido comercial, que es transmitido en medios de comunicación o vallas publicitarias, con la finalidad de captar al consumidor y cuyo enfoque son resaltar y exaltar las cualidades que ofrece el producto o servicio diferenciándose de la competencia. Son utilizados en el sector empresarial y comercial privado.

Enrique Ortega en su publicación menciona: El eslogan publicitario se identifica con una palabra, una frase o incluso, una doble frase, acompañada frecuentemente de un logotipo y marca, con la que normalmente se cierra o termina el mensaje publicitario (Ortega, 2004).

Desde el punto de vista de la publicidad, el eslogan es uno de los elementos importantes que permiten diferenciarse de las otras marcas, y a través de ella crea continuidad y originalidad en campañas publicitarias, sin olvidar que los buenos eslóganes permanecen con el paso del tiempo si son recordados.

El eslogan en la publicidad es esencial, ya que crea un posicionamiento del producto, marca o servicio en la mente y comportamiento del consumidor o persona. Caso contrario, si el eslogan no es comprensible para la audiencia, pasará desapercibido y no tendrá valor publicitario en el mercado y beneficiaría a la competencia.

El eslogan publicitario es una clase de texto que ocupa un lugar destacado en el discurso publicitario en cuanto a los efectos persuasivos y cuyas características lo singularizan, por ende, del resto de la fraseología publicitaria (Bernhardt, 2012).

Un eslogan publicitario es un conjunto de palabras publicitarias breve y contundente, por la cual se exalta los beneficios del producto, sus rasgos y uso. Una de las bases o requisitos fundamentales para las marcas que ofertan sus productos a través del uso de eslogan no es el eje central de una mención, pero puede llegar a ser el protagonista.

El eslogan sintetiza el paso propagandístico, es decir que todos los aspectos que se necesita anunciar sobre un producto. Es fundamental que tenga aparición en cada uno de los métodos publicitarios que se mantenga el mismo, sin cambios durante el tiempo de campaña.

La publicidad tiene como objeto atraer la atención de la gente y a ser memorable, una forma de lograr esto es saber manipular la lengua y utilizar recursos retóricos (Wan- I, 2013).

El eslogan en la publicidad se utiliza para fortalecer la existencia e imagen de una empresa, marca o producto, utilizando la facilidad que posee para permanecer en la memoria pública social. Cabe recalcar, que lo más importante es potenciar la idea más adecuada para la marca en cuestión, no por el hecho de los servicios que puede brindar al público, más bien para que su información se mantenga fácilmente en vínculo directo con los consumidores.

Un eslogan publicitario bien estructurado y exitoso es la convergencia del estudio de los rasgos distintivos del producto, la popularidad o el posicionamiento. Se destacará en pocas palabras la marca y se crea el eslogan que lo identificará por lo que dure la campaña publicitaria y si el mismo logra su cometido será memorable por bastante tiempo.

(...) tradicionalmente el eslogan comercial apelaba a los intereses del «yo», esta nueva clase de publicidad puede apelar a intereses de colectivos (emigrantes, etc.). Eso quiere decir que los eslóganes han pasado de preocuparse «por ti» («Rexona no te abandona») a preocuparse «por nosotros» («Connecting People», Nokia; «Si hacer el bien es de locos, contagia tu locura», Coca- Cola). Ya no quieren vendernos (¿eh?), quieren ayudarnos (Eguizábal, 1989).

La función del eslogan principalmente es enunciar la superioridad de lo que representa, abreviar la idea capital de la campaña, ser el eje distintivo para diferenciar el producto de otros y así lograr distinguirlo. Con todas esas variables, concluye en cautivar la atención del destinatario, porque, si el receptor llega a acordarse del eslogan, seguramente también con eso tendrá presente el producto.

Los elementos que vuelven a un eslogan exitoso en el ámbito publicitario son: tener un contenido breve, comprensible y memorable; mostrar los rasgos del producto y lo que puedes lograr con ello; ser identificable y distinguible; y transmitir pensamientos positivos. Al juntar todos esos elementos se pueden captar potenciales consumidores.

Es así como el eslogan se convierte en un elemento inherente a la publicidad, usándose como distractor de la realidad, una realidad enmarcada en los medios de comunicación y coloreada para el deleite del ciudadano, quien se encuentra ensimismado en la utopía de un mundo mejor (González González, 2016).

La instauración de un eslogan es primaria para cualquier marca o diligencia política, por lo que debe vislumbrar al público objetivo y esencialmente predominar los valores y acciones de la marca.

Como lo expresa el autor González, un eslogan puede llegar a embellecer la realidad como lo fue en la gran depresión que vivió el mundo postguerra y con eslóganes que usaban los gobiernos alentadores, quienes buscaban reanimar a la población. Así mismo, es el uso en la publicidad, ya que embellece a un producto, creando la urgente necesidad de obtenerlo para cambiar tu vida. Luego de esto resulta en una potencial compra y es ahí es donde el eslogan publicitario cumplió su misión.

2.4.2. Eslogan político.

En el libro *Pensar la Publicidad*, (Peña & García, 2010), define como eslogan político: “El eslogan político es parte central de la propaganda y suele expresar un objetivo, una promesa puntual o una aspiración. Acompaña todas las campañas publicitarias, comerciales y políticas. Es también la fórmula que cierra el anuncio de televisión o el spot político, ejerciendo, en este caso, una función de anclaje del mensaje”.

Cada personaje político que se encuentre en la palestra pública, debe considerar que la utilización de un eslogan es una forma de representar su imagen frente a la audiencia. En el ámbito de marketing político, el eslogan debe cumplir con ciertos parámetros para catalogarse como exitoso. Para ello, la estrategia y todas sus ejecuciones deben ser pensadas, analizadas y aprobadas, previo a su difusión y publicación. Adicionalmente, hay que tener en cuenta que el eslogan es un complemento dentro de un diseño comunicacional publicitario y deberán estar correctamente diseñados e integrados, ya que dará como resultado un gran valor significativo en sus presentaciones.

Durante las campañas políticas, ciertos candidatos han tenido la necesidad de realizar diversos cambios en sus eslóganes. Al comenzar o reorganizar su campaña electoral o política, esta característica es importante debido porque le da un “aire” de renovación, fresca o nuevos ideales, dentro de un movimiento o personaje político. Por otro lado, cuando el eslogan no va acorde con los valores del candidato o movimiento y se percata que no lo representa, se opta por reformular la estrategia y realizar las respectivas modificaciones. Por ejemplo, en las últimas elecciones presidenciales 2021 en Ecuador, varios candidatos a la presidencia replantearon sus eslóganes. Como en el caso de Xavier Hervas, de Izquierda Democrática, que cambió el eslogan “Soluciones concretas”, por uno más juvenil denominado “¡Atrévete! Somos gente nueva”. La razón por la que Hervas decidió cambiar la frase fue porque él sintió que llegó a tener una conexión con el público joven y vio que se podía apuntar.

Cabe recalcar que el eslogan político es usado para destacar en sus campañas o discursos políticos, sobre todo para crear una buena imagen de quien habla o representa. Estos eslóganes se los encuentra comúnmente en discursos, vallas publicitarias, spots políticos y en otros recursos. Este tipo de frases necesitan ser entendidas por todos. Otro de los objetivos del eslogan político es generar confianza y credibilidad ante la sociedad del emisor al receptor. Movimientos políticos han ganado adeptos por su buena estrategia comunicacional y por la creatividad al momento de usar un eslogan.

Para finalizar, el objetivo del eslogan político es solidificar el mensaje del emisor (del candidato o personaje político) al receptor. El mensaje debe lograr que sea recordado y que genere un impacto al ser transmitido, tanto como por el emisor como

por los medios de comunicación. Todos los candidatos necesitan un eslogan político, porque es el mejor modo de comunicar sus ideas con una imagen y pocas palabras. De modo que lo necesitan tanto los candidatos a cargos ejecutivos como presidentes, gobernadores, Intendentes y alcaldes; así como también los candidatos a cargos legislativos como Senadores y Diputados. (Wilson Santurio, 2021).

Los eslóganes suelen clasificarse por tema. Los políticos están centralizados y generan eslóganes de procesamiento en cuestiones electorales relacionadas con el papel de los candidatos, publicidad negativa a los oponentes políticos, etc.

Todos los candidatos requieren un eslogan político puesto que es el mejor método de informar sus ideas, propuestas, orientaciones con una imagen y pocas palabras en una frase corta deben sintetizar una idea o visión.

El eslogan se presenta como un enunciado breve, conciso y fácil de retener, que nos habla de algo o de alguien, de una manera que resulte impactante, atractiva, ingeniosa o sugestiva para el Destinatario interpretante de ese enunciado, con el fin de que adopte una determinada actitud o comportamiento ante el tema que constituye el objeto del mensaje (Herrero, 1993).

Para que un eslogan obtenga resultados en una campaña política y vincularse con el votante, debe de tener peticiones claras, que funcione como aval de unificación del conjunto social. El eslogan debe ser fácil de memorizar de forma visual y auditivo. Su victoria tiende a estar en manos de la simplicidad, ofreciendo un mensaje completo y con sentido en pocas palabras para así lograr persuadir el voto del elector.

Se desarrollan en la esfera política, sean o no electorales. Sus emisores son los partidos políticos. Como ya hemos señalado han evolucionado hacia formas y conceptos propios del universo comercial. Y, sobre todo, si exceptuamos algún partido de izquierda, se han despojado de toda carga ideológica. No son pues eslóganes propagandísticos sino puramente publicitarios que pretenden «vender» un partido político o a un candidato (Eguizábal, 1989).

Hoy en día el eslogan se maneja tanto para vender en mercadotecnia o para poseer candidatos en el poder. Desde sus orígenes existía mínimo contraste entre un eslogan publicitario y uno político. Con el paso del tiempo los eslóganes políticos fueron convertidos en frases más retocadas con un contenido político elevado y ya no solo

exponen ideologías políticas, sino que ahora también venden candidatos y personajes políticos con deseos de llegar al poder.

Entre las principales características del eslogan político, se encuentra la naturaleza misma de la comunicación política que es diferente a la comunicación comercial, toda vez que tienen alcances y consecuencias sociales muy diferentes; una cosa es vender un producto y otra llevar a alguien al poder de una comunidad por un tiempo determinado” (Trinidad, 2012).

El eslogan político está compuesto con tres mecanismos básicos e importantes: candidato, ideología, y partido. Se utiliza como núcleo de la frase uno de estos aspectos que se conjeturan con un sitio de soporte a la propagación de ideas y propuestas que ocurren a una invitación electoral. Es una tentativa de convencer a la gente e influir en sus acciones para que estas resulten en un voto o apoyo potencial.

El eslogan electoral es fruto del plan de comunicación elaborado en el seno de un partido político, y cuando hablamos de comunicación nos referimos a comunicación política. Esta clase de comunicación se articula para “transmitir un mensaje o propuesta política con la finalidad de persuadir” (Rodríguez, 2012).

El eslogan político es la piedra angular del sistema democrático porque ayuda a los partidos y grupos políticos a esquematizar las campañas electorales. Estos eslóganes tienen un tiempo de vigencia de quince días a un mes, acorde al tiempo que dure la contienda electoral, pero si son realmente relevantes pueden ser recordados por largos períodos. Por eso se los denomina puntales u efímeros.

El eslogan interpreta/significa una identidad personal y política que será recuperada y ampliada en diferentes enunciados, por lo que otorga continuidad a la campaña mientras cumple la función de captar la atención y provocar una asociación entre un texto-emblema y una línea política particular, actuando a la vez como estrategia de diferenciación frente a otros partidos o propuestas (Taboada, 2008).

En conclusión, el eslogan político en palabras básicas es una frase breve que contiene una promesa o propuesta, cualidades de un partido y un candidato para una contienda electoral, o en su defecto como lema de gobierno. Es una estrategia comunicacional para obtener la simpatía de las masas, en la cual se puede destruir la imagen del candidato contrincante en la disputa y ganar más aceptación social. Por lo tanto, se

considera al eslogan parte del lenguaje de poder, por tener esa supremacía sobre los colectivos sociales.

Capítulo 3

3. Aproximación Metodológica

Para esta investigación se utilizará la metodología cualitativa y cuantitativa y se realizará un análisis de contenido, para establecer diferentes variables y categorías e identificar las características de este recurso de comunicación en una pieza audiovisual del gobierno de Lenin Moreno, también se hará estudio exhaustivo del eslogan “El Gobierno de todos”, y su significación, estructura, creación y más particularidades de esta expresión, así como la verificación de su eficiencia.

Según Bardin (1968), el análisis de contenido es un conjunto de instrumentos metodológicos, aplicados a lo que él denomina como discursos extremadamente diversificados. Uno de los componentes habituales de estas técnicas múltiples es la inferencia o interpretación y el investigador tiende a deducir mensajes ocultos y que no se basan en la objetividad. Con ello se pretende explorar y diagnosticar el sentido de pertenencia que tienen los habitantes de Ecuador con este mensaje y las propuestas que este implica en las diferentes áreas de la comunicación y la propaganda.

Esta herramienta de la comunicación estratégica política ha sido estudiada mayormente en épocas electorales y de campaña. Su creación depende de un equipo que elabora un plan para establecer determinados parámetros y así alcanzar una mayor repercusión y efectos que trasciendan en la mente de las personas. Este eslogan no ha tenido un mayor estudio sobre su interiorización debido a que no fue una herramienta de campaña, sino que se lo utilizó en un gobierno ya constituido.

3.1. Tipo de investigación.

El análisis de este problema se basa en los estudios de comunicación multimedia y narrativas digitales, porque el campo de estudio será la plataforma YouTube y se plantea observar los mensajes que se construyeron en los informes de la gestión de la presidencia de Moreno durante la emergencia sanitaria y si el eslogan del gobierno constituyó un aporte en la construcción de estos significados, ya sea de manera directa o indirecta, usando la frase como tal, de parte de los funcionarios o como parte de la composición audiovisual en la pantalla.

La muestra de investigación será cualitativa y partirá desde el análisis semiótico de las imágenes y la puesta en escena de todos los informes, con una observación del montaje y edición de cada uno de los elementos de las cadenas durante el mes de abril, sin dejar a un lado el rol específico que cumple la frase “El gobierno de todos”.

3.2. Unidades de observación.

El eslogan “El gobierno de todos”, de la presidencia de Lenín Moreno.

3.3. Unidad de análisis.

La unidad de análisis serán las Cadenas nacionales o lo que se llamó “Resumen de la jornada de emergencia sanitaria” durante este tiempo.

La unidad de investigación será el contenido de estos resúmenes del mes de abril de 2020. Los videos son de fácil acceso porque están cargados en el canal de YouTube de la Secretaría General de Comunicación (Secom)

También se observará los eslóganes de anteriores gobiernos como “Pan, Techo y Empleo” de León Febres-Cordero, “La Fuerza de los pobres” de Abdalá Bucaram y “La patria ya es de todos” de Rafael Correa.

3.4. Período de análisis

El período de tiempo en que se analizarán los videos que están subidos a la plataforma YouTube de la Secretaría de Comunicación, será desde el 1 al 15 de abril de 2020.

3.5. Matriz de análisis, muestra y especificidades de la observación.

3.5.1. Matriz de análisis de eslogan político.

3.5.1.1. Formato.

a. Extensión:

Largo

Simple

Breve

b. Capta la atención

Si

No

c. Tipo de Slogan

Juego de palabras

Alusión a palabras históricas

Alusión a la actualidad

Rima, alteración o asonancia

Absurdo

d. Fácil de memorizar

Si

No

e. Número de palabras que contiene el slogan

Media comprendida entre 4 a 6 palabras

3.5.1.2. Análisis del eslogan.

Análisis de contenido del eslogan “El Gobierno de todos”				
Extensión	Capta la atención	Tipo de Slogan	Fácil de memorizar	Número de palabras que contiene
Breve	Si	Alusión a la actualidad. Permite que la población se identifique con la idea de un mandato diferente	Si	4 palabras (17 letras) Este entra dentro de la media de palabras utilizadas en un slogan para que sea recordado

3.5.2. Matriz de análisis de informes de “El gobierno de todos”

3.5.2.1. Formato.

- a. Informes
- b. Imagen
- a. Duración
- b. Planos
- c. Descripción
- d. Escenario
- e. Personajes
- f. Vestimenta
- c. Discurso y mensaje
- a. Acción
- b. Opinión del emisor
- c. Gestos
- d. Tonalidad
- d. Signos
- a. Indicios
- b. Significante
- c. Significado
- d. Iconos
- e. Significante
- f. Significado
- g. Símbolos
- h. Significante
- e. Significado
- a. Connotación
- b. Denotación

3.5.2.2. Análisis de informes.

3.5.2.2.1. Lunes 06 de abril de 2020

Título del video: Resumen de la Jornada de Emergencia Sanitaria.

Duración del video: 04 minutos 13 segundos

Link del video: <https://youtu.be/0gXByI4uxAs>

Imágen						Discurso y mensaje				Presencia del eslogan "El Gobierno es de todos"		
Secuencia	Duración	Planos	Descripción	Escenario	Personajes	Acción	Opinión del emisor	Gestos	Tonalidad	Presencia del eslogan	Número de apariciones	Número de menciones
Imágenes iniciales	00:00 - 00:23	Primer plano.	Persona colocándose la mascarilla.	Emergencia Sanitaria por pandemia	Personas afectadas o ayudando en el transcurso de	Colocarse la mascarilla	Persona protegiéndose del contagio de la COVID-19.	Neutro, mirada fija en el espectador.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.	Si	Durante todo el video ubicado en la esquina	Se lo menciona una vez al final del video,

		Plano medio.	Persona en cama de hospital.	de la COVID-19.	la pandemia de la COVID-19.	Persona explicando a otra.	Personal médico explica a paciente la situación.	Personal médico hablando con pacientes afectados por la COVID-19.		superior derecha.	cuando aparece el slogan escrito.
		Plano medio.	Ministro de salud y personal de ministerio de salud pública caminando por las instalaciones de un hospital		Ministro de salud pública y personal de salud	Recorrido en los hospitales.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la	Ministro de salud conversando con personal médico.			
		Plano general.	Ministro de salud y vicepresidente		Ministro de salud, vicepresidente		pandemia del COVID-19.	Personal médico conversando con ministro de salud y Otto Sonnenholzner.			
		Plano medio.	Otto Sonnenholzner.		Otto Sonnenholzner y personal médico.	Personas hablando.					

		Plano medio.	Ministro de ambiente hablando con personal		Ministro de ambiente junto con tres personas	Personas hablando.	Ministro de ambiente realiza gestos con la mano			
		Plano general.	Presidente Lenín Moreno en su despacho		Lenín Moreno	Hablando a una computadora	Manos hacia delante concentrado en la computadora.			
		Plano general.	Personal médico en un hospital,		Personal médico.	Ven directo a la cámara y realizan gesto con la mano.	Saludan y hacen el gesto de "todo bien" levantando su dedo pulgar.			
		Plano general.	Persona en silla de ruedas rodeada por personal médico es dada de alta y entregada a su familiar.		Persona en silla de ruedas, personal médico y familiar de la persona.	Personal médico habla con el familiar mientras se ve a la persona en silla de ruedas con medicina en la mano.	Mueve los medicamentos mientras su familiar se acerca a retirarlo.			

		Plano medio.	Director del IESS con personal de la policia y personas que trabajan en computadores se encuentran hablando.	Director del IESS, personal de la policia y trabajadores.	Realizan gestos con las manos mientras conversan.	Señalan con el dedo dando a entender que están realizando indicaciones.				
		Plano general.	Personas descargando canastas de un camión.	Trabajadores del "mi comisariato"	Descargan canastas de un camión.					
		Plano detalle.	Funda de mascarillas KN95 entregadas a personal médico.	Personal médico.	Entrega y resivimiento de mascarillas KN95	Saca de una caja las KN95 para entregarlas al personal médico.				

		Plano general.	Otto Sonnenholzner realizando un recorrido por instalaciones.		Otto Sonnenholzner y personas a su alrededor.	Conversa con la persona a su derecha.		Los gestos que realizan con las manos dan a entender que se está aclarando una duda o explicando algo al personaje principal.			
		Plano general.	Las afueras del palacio de Carondelet.	Es utilizada como toma de transición.							
Reunión Prosur	00:24 - 00:58	Plano medio.	Presidente Lenín Moreno en su despacho	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Lenín Moreno	Reunión entre distintas naciones para entender como se combatiría la situación de la COVID-19 en los países latinoamericanos.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Gesticulan con las manos y el rostro teniendo en cuenta la gravedad e importancia de la situación.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
		Primer plano.	Presidente Lenín Moreno hablando a una computadora.		Lenín Moreno						
		Plano detalle.	Muestra a los asistentes de la reunión.		Asistentes a la reunión de Prosur						

	Plano americano.	Hombre fumigando.		Hombre fumigando						
	Plano medio.	Enfermera tomando los datos de un motorizado.		Enfermera y motorizado						
	Plano medio.	Presidente Lenín Moreno en su despacho		Lenín Moreno						
	Plano detalle.	Muestra la pantalla del computador.		Asistentes a la reunión de Prosur						
	Plano medio.	Presidente Lenín Moreno hablando a la cámara.		Lenín Moreno						Tono de voz del presidente Lenín Moreno fuerte y claro.
	Plano medio.	Desde la computadora hasta la cara de Lenín Moreno.		Lenín Moreno y asistentes Prosur.						

	Monitor, se hace un movimiento de cámara hasta que se apunta a la ventana donde se lo ve reflejado a Lenín Moreno.		Lenín Moreno y asistentes Prosur.						
Primer plano.	Presidente Lenín Moreno.		Lenín Moreno						
Plano medio.	Presidente Lenín Moreno hablando a la cámara.		Lenín Moreno						
Plano detalle.	Muestra la pantalla del computador.		Asistentes a la reunión de Prosur						
Plano medio.	Lenín Moreno hablando al computador.		Lenín Moreno						

		Plano detalle.	Muestra la pantalla del computador.		Asistentes a la reunión de Prosur										
		Plano medio.	Presidente Lenín Moreno hablando a la cámara.		Lenín Moreno										
		Plano detalle.	Muestra la pantalla del computador.		Asistentes a la reunión de Prosur										
Donaciones OMS	00:59 - 01:39	Captura de pantalla del Twitter de Lenín Moreno como toma de transición.									Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.				
		Imágenes, captura de pantalla y un gráfico.													
		Plano general.	Aterrizaje de un avión.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.			El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.		Tono de voz del Vicepresidente Otto Sonnenholzner						
		Plano detalle.	Parte delantera del avión.												
Plano general.	Vicepresidente Otto Sonnenholzner viendo el avión.	Otto Sonnenholzner.	Observa el avión hasta que este apague sus helices y sea seguro acercarse.												

		Vicepresidente Otto Sonnenholzner dentro del avión de carga revisando las donaciones recibidas.	Otto Sonnenholzner.	Observa las cajas y sus etiquetas.	Toca las cajas.	calmado, fuerte y claro.			
		Movimiento de cámara que permite ver desde los pies de Otto Sonnenholzner hasta su cara mientras este observa las cajas.	Otto Sonnenholzner.	Observa las cajas y sus etiquetas.	Toca las cajas y se aleja.				
		Otto Sonnenholzner hablando a la cámara.	Otto Sonnenholzner.		Mirada neutra directa a la cámara.				

		Plano americano.	Otto Sonnenholzner revisando dentro de las cajas.	Otto Sonnenholzner.	Abre una de las cajas para revisar su contenido.	Mueve el contenido de la caja con sus manos.				
		Plano general.	Movimiento de cámara que permite ver la labor realizada por trabajadores para descargar lo recibido en el avión de carga.	Trabajadores de los distintos entes del estado.	Pasan de mano a mano las cajas hasta llegar a un auto que las transportará.	Seriedad en sus rostros y concentración al realizar su trabajo.				
Aumento de pruebas.	01:40 - 02:27	Plano general.	Letrero del Centro de Referencia Nacional de Influenza y Otros Virus Respiratorios.	Es utilizada como toma de transición.			Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			

		Plano general.	Ministro de salud con el analista del INSPI.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Ministro de salud y analista del INSPI.	Observan la maquinaria nueva.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	El analista realiza gestos con la mano que permite entender que le está explicando algo al ministro de salud.				
		Plano detalle.	Parte de la maquinaria.									
		Plano general.	Ministro de salud con el analista del INSPI observan el interior de la maquinaria.			Ministro de salud y analista del INSPI.		Observan la maquinaria nueva internamente.		El analista le explica al ministro de salud las partes de la máquina y su funcionamiento.		

		Plano americano.	Ministro de salud con el analista del INSPI observan el interior de la maquinaria.	Ministro de salud y analista del INSPI.	Observan la maquinaria nueva internamente.	Ambos realizan gestos con las manos donde se entiende un poco de como es el funcionamiento de la máquina.			
		Plano general.	Otto Sonnenholzner llegando con vestimenta médica al sitio de la máquina.	Otto Sonnenholzner.	Camina por el INSPI para dirigirse al lugar donde se encuentra la maquinaria.	Acomoda los guantes con las manos entrelazando los dedos y luego realiza un gesto con las manos como que está realizando una pregunta importante.			

		Plano medio.	Otto Sonnenholzner hablando con personal del INSPI.	Otto Sonnenholzner.	Otto Sonnenholzner conversa con personal del INSPI.	La gesticulación de sus manos y seriedad de su rostro da a entender que es un tema serio y que merece toda su atención.			
		Plano medio.	Personal de INSPI con Otto Sonnenholzner explicandole sobre la instalación de la maquinaria.	Otto Sonnenholzner y personal del INSPI.	Personal del INSPI indicandole al vicepresidente el funcionamiento de la maquinaria.	Los gestos realizados por el personal del INSPI dan a entender que estpa explicando al vicepresidente como se está manejando la instalación de la maquinaria.			
		Plano medio.	Toma con tilt up de la maquinaria.				Tono de voz del analista del INSPI, Juan		

		Plano general.	Personal del INSPI limpiando la maquina.				Durán, calmado, fuerte y claro.			
		Plano medio.	Analista del INSPI - Juan Durán hablando frente a la cámara.	Juan Durán.	Juan Durán hablando frente a la cámara.		Mirada neutra.			
		Plano general.	Personal del INSPI trabajando en la máquina.	Personal del INSPI.	Tres personas trabajando en la máquina.		Por el movimiento de su cabeza se nota que hablan entre si.			
		Plano detalle.	Maquinaria con pruebas dentro.							

		Plano detalle a general.	Se apunta al letrero "Procesamiento de la muestra" para luego abrir la toma y enfocar a dos personas que son el ministro de salud y el analista del INSPI.	Ministro de salud y analista del INSPI.	Hablan entre si, luego el ministro ve a través del vidrio y saluda a la persona al otro lado.	La conversación se mantiene, sin embargo, el gesto del saludo hacía alguien detrás del vidrio aligera un poco la seriedad del asunto.				
		Plano medio.	Ministro de salud, Juan Carlos Zevallos, hablando frente la cámara.	Ministro de salud.	Juan Carlos Zevallos hablando frente a la cámara.	Mirada neutra.	Tono de voz del Ministro de Salud, Juan Carlos Zevallos, calmado, fuerte y claro.			
		Plano medio.	Se muestra la maquinaria.							

		Plano medio.	Funcionarios del INSPI trabajando con frascos para pruebas.	Personal del INSPI.	Dos personas trabajando con frascos para realizar pruebas.	Una anota y la otra maneja las muestras.			
		Plano medio.	Analista del INSPI indicando algo a través del vidrio al Ministro de Salud.	Ministro de salud y analista del INSPI.	Analista del INSPI señala algo a través del vidrio para mostrarle al Ministro de Salud.	Señala con dos dedos directo al vidrio.			
		Plano medio.	Analista del INSPI indicando algo a través del vidrio al Vicepresidente Sonnenholzner.	Otto Sonnenholzner y Analista del INSPI.	Analista del INSPI señala algo a través del vidrio para mostrarle a Otto Sonnenholzner.	Señala con dos dedos directo al vidrio.			
Levantamiento de cadáveres.	02:28 - 03:24	Plano general.	Funcionarios que ayudaron en el levantamiento de cadáveres.	Es utilizada como toma de transición.			Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		

		Plano general.	Funcionarios que ayudaron en el levantamiento de cadáveres y policía nacional.		Personas que ayudaron con el levantamiento de cadáveres.	Personal de la policía le entrega bebidas y comida a quienes han ayudado en el levantamiento de cadáveres.					
		Plano americano.	En travel permite ver la vestimenta de las personas que realizan el levantamiento de cadáveres.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Personas que realizan el levantamiento de cadáveres.	Están parados con la bolsa para cadáveres en la mano.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.				
		Plano medio.	Jorge Wated.		Jorge Wated.	Jorge Wated hablando.		Los gestos con sus manos permiten y su mirada permiten saber que está hablando.			

		Plano general.	Ambulancia de medicina legal llegando al sector.	Ambulancia de medicina legal y personal.	Llega personal de medicina legal manejando la ambulancia al sector.				
		Plano medio.	Jorge Wated hablando con familiares de fallecidos.	Jorge Wated y familiares de fallecidos.	Entablan una conversación para indicar como se realizara la inhumación del cadáver de su familiar.			Las manos indican a la persona que mantenga la distancia e inician el diálogo.	
		Plano general.						Continúa el diálogo con los familiares.	
		Plano americano.	Jorge Watter y Gral. Giovanni Ponce dialogan.	Jorge Watter y Gral. Giovanni Ponce.	Hablan sobre la situación del levantamiento de cadáveres.			Ambos realizan gestos con las manos.	Tono de voz del Gral. Giovanni Ponce fuerte y claro.
		Plano medio.	Gral. Giovanni Ponce hablando a la cámara.	Gral. Giovanni Ponce.	Hablando frente a la cámara.			Mirada neutra.	

		Plano general.	Personal de la policía nacional organizándose y tomando nota.	Personal de la policía.	Personal femenino de la policía tomando nota.	Concentración, sea al frente o en sus cuadernos mientras toman apuntes.			
		Plano general.	Personal de medicina legal colocándose los implementos para la protección.	Personal de medicina legal.	Colocándose el protector de zapatos para completar el traje de bioseguridad.	Manos colocando el protector de calzado.			
		Plano general.	Toma de la ambulancia de medicina legal con dos personas sacando los implementos para retirar el cadáver.	Personal de medicina legal.	Dos personas de medicina legal sacando los implementos para levantar el cadáver de un domicilio y entrando.	Manos cargando los implementos, cabeza baja por la situación.			

		Personal de medicina legal sacando el cadáver de un domicilio directo a la ambulancia de medicina legal.		Personal de medicina legal.	Cuatro personas sacan el cadáver de un domicilio para ser llevado a la morgue.	Uno de ellos da indicaciones con el brazo para saber hacia donde tienen que ir y que no vaya a ocurrir algún incidente con el cadáver.			
	Plano medio.	Jorge Wated hablando con familiares de fallecidos.		Jorge Wated y familiares de fallecidos.	Dialogan sobre como se manejará la situación con los fallecidos.	El gesto de la mano muestra que le da indicaciones de cual será el proceder.	Tono de voz de Jorge Wated fuerte y claro.		
	Plano detalle.			Familiares de fallecido.	Asienten a las indicaciones dadas por Jorge Wated.	Ojos tristes que muestran lo abrumante de la situación.			
	Plano medio.	Jorge Wated hablando a la cámara.		Jorge Wated.	Habla directo a la cámara sobre la situación.	Tiene entrecerrado los ojos por la luz del sol.			

		Plano medio.	Travelling para mostrar el trabajo que está realizando el equipo de criminalística para realizar levantamiento de cadáveres.	Personal de criminalística.	Contestando llamadas, recibiendo mensajes y anotando las direcciones para el levantamiento de cadáveres.	Mirada seria, concentradas en el trabajo a realizar.				
		Plano detalle.	Pantalla de la computadora donde se muestra el "mapa caliente".	Personal de criminalística.	Revisión del mapa caliente con los puntos de la ciudad para levantamiento de cadáveres.	Gesto con la mano indica estar explicando como se encuentra dividido el mapa.				
		Plano medio.	Jorge Wated y personal de la policía.	Jorge Wated y personal de la policía.	Todos están viendo a la computadora para entender el funcionamiento del mapa caliente.	Realizan gestos con las manos donde señalan lo que no entienden o es una forma de expresarse mejor.				

		Plano general.	Familiar de fallecido entregando los datos a personal de criminalística.	Familiar de fallecido y personal de criminalística.	Dicta los datos y toma apuntes.	Movimiento de las manos tanto para anotar como para ver los datos correctamente.				
		Plano general.	Jorge Wated despidiéndose de familiar.	Familiar de fallecido y Jorge Wated.	Realizan gesto con la mano en señal de despedida.	Jorge Wated levanta los puños mientras que el familiar de fallecido levanta los puños con los pulgares levantados también.				
		Plano general.	Familiar de fallecido firmando documentos requerido por criminalística.	Familiar de fallecido y personal de criminalística.	Firma documento mientras el personal de criminalística sostiene el papeleo necesario.	Movimiento de la mano al escribir con la pluma.				

Kits Isla Santay.	03:25 - 03:56	Plano general.	Con acercamiento. Ministro de ambiente descargando los kits alimenticios en la Isla Santay.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Ministro de ambiente.	Descargan fundas con implementos de cocina para los habitantes de la Isla Santay.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Pasa las fundas de mano a mano para descargar todos los kits de la lancha.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.
		Plano general.	Cadena humana que ayuda a llevar los kits desde el muelle a la Isla Santay.		Personas que forman parte de la cadena de ayuda.	Se pasan las fundas uno a otro para hacerlas llegar a la Isla.		Los kits van de mano en mano.	
		Plano general.	Cabañas de habitantes de la Isla Santay.						
		Plano medio.	Persona manejando bote en la Isla.		Persona que maneja el bote.	Gira el volante del bote.		Mira al frente y luego al muelle de la isla.	

		Plano medio.	Ministro de ambiente con dos personas.		Ministro escucha lo que el personal tiene para decir.	Mira al frente y de ahí a la persona a su izquierda.		Asienten con la cabeza en señal de aprobación a lo que le indicaron.			
		Plano general.	Ministro de ambiente reunido con su staff y con pobladores de la Isla Santay.		Ministro de ambiente, pobladores y staff.	Ministro habla con las dos personas frente a él, el poblador responde y lo escuchan detenidamente.		Movimiento de la mano como señal de hablar luego gira la cabeza a la persona y coloca las manos en la cintura mientras que la persona a la derecha procede a hablar y gesticular con las manos.			

		Plano general.	Grupo de personas caminando con el ministro de ambiente y escuchando.		Ministro de ambiente, pobladores y staff.	Ministro de ambiente indica sus puntos mediante una conversación con las personas que lo rodean.		Marca con los dedos los puntos que esta mencionando mientras habla.	
		Plano detalle.	Alberto Domínguez, habitante Isla Santay.		Alberto Domínguez.	Habla directo a la cámara sobre la situación.		Mirada neutra.	
		Plano general a medio.	Ministro de ambiente da indicaciones a su staff y pobladores.		Ministro de ambiente.	Ministro de ambiente habla a las personas a su alrededor.		Otorga indicaciones y luego coloca la mano en el pecho en señal de compromiso.	
Imágenes de salida.	03:57 - 04:13	Plano general.	Lenín Moreno en su despacho.	Emergencia Sanitaria por pandemia	Lenín Moreno	Observa el monitor de la computadora mientras habla.	El gobierno nacional está buscando ayudar al	Tranquilidad en su rostro.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.

		Plano medio.	Ministro de salud con el vicepresidente Otto Sonnenholzner entregan suplementos a los hospitales.	de la COVID-19.	Ministro de salud, Otto Sonnenholzner y personal médico.	Sacar implementos de cajas para entregar.	pueblo en la pandemia del COVID-19.	Otto Sonnenholzner observa el producto mientras que el ministro señala dentro de la caja.			
		Plano general.	Personal de la policía entrega souvenirs a quienes realizan el levantamiento de cadáveres.		Policía nacional y personas.	Entregan implementos que ayudan con el desempeño del personal para mantenerlo hidratado y listo para la labor.		Entrega de implementos.			
		Plano medio.	Personal médico del MSP evaluando los latidos de un paciente.		Paciente y personal del MSP.	Escucha sus latidos con un estetoscopio.					

		Plano medio.	Personal médico anda en un implemento que ayuda a medir el oxígeno.		Personal médico.	Tocar la pantalla.				
		Plano detalle.	Papel que dice coronavirus y luego se rompe en la mitad.		Papel.	Al romper el papel del coronavirus da alusión de que todo puede terminar pronto.				
		Plano general.	Anciana agradece a personal médico del IEES.		Anciana y personal del IEES.	Anciana abraza a médico del IEES en señal de agradecimiento.		Abrazo y sonrisa.		
		Plano detalle.	Mujer oliendo una flor.		Mujer.	Huele una flor.				
		Plano medio.	Pareja de ancianos sonriendo.		Ancianos.	Sonríen a la cámara.		Sonrisa viendo directo a la cámara.		

		Plano detalle	Bandera Ecuador.							
Aparece el Slogan en medio de la pantalla.							Tono claro y fuerte del narrador masculino.			

3.5.2.2.2. Martes 07 de abril de 2020

Título del video: Resumen de la Jornada de Emergencia Sanitaria.

Duración del video: 05 minutos 14 segundos

Link del video: <https://youtu.be/OTW2M3Ab2u4>

Imágen						Discurso y mensaje				Presencia del eslogan "El Gobierno es de todos"		
Secuencia	Duración	Planos	Descripción	Escenario	Personajes	Acción	Opinión del emisor	Gestos	Tonalidad	Presencia del eslogan	Número de apariciones	Número de menciones
Imágenes iniciales	00:00 - 00:39	Plano general.	Toma realizada con dron de la ciudad de Guayaquil vacía.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.					Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.	Si	Aparece 5 veces	Se lo menciona una vez al final del video, cuando aparece el eslogan escrito.

		Plano detalle.	Toma de laboratorio, enfermera colocando en su sitio tubo con muestra de sangre		Enfermera y paciente.	Colocar el tubo con la muestra en su sitio.	Es importante realizarse el exámen.	La mano con el puño apretado en postura para sacar sangre con mayor facilidad.			
		Plano medio.	Policía en las instalaciones del ECU 911 hablando por el radio		Personal de la policía.	Realiza un llamado por medio del walkie talkie.	Los mecanismos de seguridad continuaron trabajando durante la emergencia sanitaria.	Seriedad en la mirada.			Durante todo el video ubicado en la esquina superior derecha
		Plano general.	Personas reunidas con miembro del MSP en la pista del aeropuerto.		Autoridades y personas asistentes.	Personas teniendo una conversación.	Se busca ayudar a todos aquellos que lo necesiten.	El movimiento de las manos de la persona hace alusión a que están teniendo un diálogo.			Secuencia Donación de ambulancias: En una de las tomas en la parte de delante de la

									clínica móvil.
		Plano general.	Personas hablando fuera de un camión que lleva provisiones.	Autoridades y persona que maneja el camión.	La persona que está frente al conductor del camión le está dando indicaciones mientras este escucha.		El gesto de la persona del centro permite conocer que le está dando indicaciones al conductor del camión.		Secuencia Donación de ambulancias: En una de las tomas en la parte del costado de la clínica móvil.
		Plano medio.	Otto Sonnenholzner realiza un recorrido por el hospital del IESS de los Ceibos.	Otto Sonnenholzner y personal médico del IESS de los Ceibos.	Otto Sonnenholzner recorre las instalaciones del hospital del IESS de Ceibos acompañado por personal médico.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	El hecho de que señale indica que hubo algo que llamó su atención.		Secuencia Corredor logístico: en uno de los costados del camión se logra apreciar el eslogan.

		Plano general.	Toma general de Carondelet grabado desde el centro de la plaza de Quito.							Secuencia Corredor logístico: en uno de los costados del camión mientras se lo desinfecta se logra apreciar el eslogan.
		Plano medio.	Lenín Moreno en su despacho conversando por medio de una computadora.	Lenín Moreno.	Lenín Moreno se encuentra en reunión por medio de plataforma digital.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la	Cara neutra, concentrado en la reunión que está teniendo en ese momento.			

		Plano medio.	Overshoulder. Una anciana siendo atendida por dos médicos.	Anciana personal y de medicina.	La señora habla con el personal médico y, luego de expresar sus dudas, se acomoda la mascarilla correctamente.	pandemia del COVID-19.	La posición de las manos de la doctora que se encuentra detrás de la anciana denota preocupación debido al mal uso de la mascarilla. Sin embargo, la señora está tranquila hasta el momento de colocarsela nuevamente.			
		Plano general.	Personal de la policía recorriendo la ciudad en motos.	Personal de la policía.	Personal de la policía recorre la ciudad en motos.					

		Plano medio.	Personas descargando víveres de camiones.		Personas que descargan víveres.	Persona descargando víveres de un camión para pasarle a otro y poderlos entregar.				
		Plano general.	Toma de una laptop en la que pasa el Facebook de la Presidencia del Ecuador donde se puede obtener información del COVID-19							
		Plano general.	Personal de mi comisariato descargando canastas de víveres de un camión.		Personal de mi comisariato.	Descargar canastas de víveres de un camión.				

		Plano general.	Travel del mural en Carondelet.						
		Plano medio.	Lenín Moreno en su despacho viendo la pantalla del computador.	Lenín Moreno.	Lenín Moreno observando la pantalla de la computadora y moviendo sutilmente el mouse.	Mirada seria atento a lo que se le comunique.			
		Plano medio.	Lenín Moreno en su despacho conversando por medio de una computadora.	Lenín Moreno.	Lenín Moreno conversando a través de una plataforma digital.	Mirada seria presto a contestar lo que le estén consultando.			
			Grafica de la página de coronavirus Ecuador.						

		Plano americano.	En travel permite ver la vestimenta de las personas que realizan el levantamiento de cadáveres.	Personas que realizan el levantamiento de cadáveres.	Están parados con la bolsa para cadáveres en la mano.					
		Plano general.	Familiar de fallecido entregando los datos a personal de criminalística.	Familiar de fallecido y personal de criminalística.	Dicta los datos y toma apuntes.		Movimiento de las manos tanto para anotar como para ver los datos correctamente.	Tono de voz de Jorge Wated es fuerte y claro.		
		Plano medio.	Jorge Wated hablando directo a la cámara.	Jorge Wated.	Diálogo directo con la cámara.		Mirada tranquila buscando transmitir calma.			

		Plano general.	Personal de criminalística realizando el levantamiento de un cadáver.		Personal de criminalística.	Personal de criminalística colocando a una persona fallecida dentro de la funda para cadáveres para llevarlo a la morgue.		Manos acomodando la funda y cerrando el cierre de esta.			
		Plano general.	Toma de la ambulancia de medicina legal con dos personas sacando los implementos para retirar el cadáver.		Personal de medicina legal.	Dos personas de medicina legal sacando los implementos para levantar el cadáver de un domicilio y entrando.		Manos cargando los implementos, cabeza baja por la situación.			

		Plano general.	Personal de medicina legal sacando el cadáver de un domicilio directo a la ambulancia de medicina legal.		Personal de medicina legal.	Cuatro personas sacan el cadáver de un domicilio para ser llevado a la morgue.		Uno de ellos da indicaciones con el brazo para saber hacia donde tienen que ir y que no vaya a ocurrir algún incidente con el cadáver.				
Donación de ambulancias.	00:40 - 01:26	Plano general.	Otto Sonnenholzner hablando con dos personas de grupo El Juri rodeado por las ambulancias.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Otto Sonnenholzner y representantes de grupo El Juri.	Personas teniendo una conversación.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Otto Sonnenholzner es quien habla pues se encuentra realizando gestos con las manos mientras los otros lo escuchan.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Plano medio.	Travel desde la ambulancia hasta enfocar a Otto y a los donadores de		Otto Sonnenholzner y representantes de grupo El Juri.	Conversando de la donación de ambulancias.	Las empresas privadas también					

			las ambulancias.			busca ayudarnos.					
		Plano medio.	Otto Sonnenholzner dentro de la clínica móvil tocando los implementos que vinieron en esta.	Otto Sonnenholzner.	Toca los implementos, habla y dice que esperen un momento.		El gesto levantando el dedo da a entender que pidió un momento a lo que le estaban diciendo.				
		Plano detalle.	Detalle de la parte de delante de una de las clínicas móviles, donde se puede apreciar la presencia del eslogan.					Tono de voz de Otto Sonnenholzner es fuerte y claro.			
		Plano detalle.	Interior de la clínica móvil								

		Plano medio.	Otto Sonnenholzner hablando directamente a la cámara.	Otto Sonnenholzner.	Habla directo a la cámara.	Ojos entre cerrados debido a la luz solar.			
		Plano medio.	Otto Sonnenholzner hablando con los representantes del grupo El Juri.	Otto Sonnenholzner y representantes de grupo El Juri.	Conversando mutuamente.	Otto asienta con la cabeza.			
		Plano general.	Otto Sonnenholzner revisando junto con otra persona el funcionamiento de las clínicas móviles.	Otto Sonnenholzner y persona con conocimiento en clínicas móviles.	Escuchando y observando el funcionamiento.	Brazos cruzados mostrando que está cerrado y concentrado. Señala con el brazo los distintos mecanismos.			

		Plano general.	Otto Sonnenholzner revisando el interior de la clínica móvil.	Otto Sonnenholzner.	Revisa la clínica, sale de esta y se dirige a otra.	Toca las cosas con sus manos y luego señala con el otro dedo para indicar a donde se va a dirigir.			
		Plano medio.	Otto Sonnenholzner hablando con los representantes del grupo El Juri.	Otto Sonnenholzner y representantes de grupo El Juri.	Mantienen un diálogo.	Uno de los representantes de El Juri habla y gesticula con las manos mientras Otto asiente con la cabeza.			
		Plano general.	Otto Sonnenholzner hablando con dos personas de grupo El Juri rodeado por las ambulancias.	Otto Sonnenholzner y representantes de grupo El Juri.	Personas teniendo una conversación.	Otto Sonnenholzner es quien habla pues se encuentra realizando gestos con las manos mientras los otros lo escuchan. Levanta los brazos en señal	Tono de voz de Olga Eljuri de Doumet es fuerte y claro.		

		Plano medio.	Juan Doumet Antón hablando directo a la cámara.		Mantiene una conversación con la audiencia.	Habla directo a la cámara.		es fuerte y claro.			
		Plano general.	Travel de Otto Sonnenholzner conversando con quienes donaron las clínicas móviles.		Otto Sonnenholzner , Juan Doumet Antón y Olga Eljuri de Doumet.	Conversan entre si.	Otto realiza gestos con las manos dando a entender que él es quien está dominando la conversación.				
		Plano detalle.	Interior de la clínica móvil, cableado necesario.								
		Plano detalle.	Exterior de la clínica móvil.								
Instalación unidades móviles.	01:27 - 02:01	Plano general.	Toma exteriores del hospital del IESS de los Ceibos.	Emergencia Sanitaria por pandemia			El gobierno nacional está buscando ayudar al	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			

			de la COVID-19.	Otto Sonnenholzner y funcionarios públicos.	Otto encuentra caminando mientras la persona a su derecha le habla.	se encuentra caminando mientras la persona a su derecha le habla.	pueblo en la pandemia del COVID-19.	Movimiento de las manos denota que está hablando y señalándole algo.				
		Plano detalle.	Otto Sonnenholzner camina con funcionarios del IESS y la cruz roja.	Otto Sonnenholzner y funcionarios públicos.	Otto encuentra caminando mientras la persona a su derecha le habla.	Otto se encuentra caminando mientras la persona a su derecha le habla.		Movimiento de las manos denota que está hablando y señalándole algo. Otto se detiene y señalando algo como tratando de entender.				
		Plano general.	Otto Sonnenholzner camina con funcionarios del IESS y la cruz roja.	Personal que se encuentra adecuando el hospital móvil.				Tono de voz de Otto Sonnenholzner				

	Plano medio.	Personal de la cruz roja le explica a Otto Sonnenholzner sobre el hospital móvil.	Otto Sonnenholzner y funcionarios de la cruz roja y el IESS de los Ceibos.	Diálogo donde el de la cruz roja le explica el procedimiento a Otto.	Utiliza sus manos y brazos para poder realizar gestos que le ayuden a explicarse mejor.	es fuerte y claro.			
	Plano medio.	Otto Sonnenholzner hablando directamente a la cámara.	Otto Sonnenholzner.	Habla directo a la cámara.	Ojos entre cerrados debido a la luz solar.				
	Plano general.	Personal de la cruz roja le muestra contenido de una caja a Otto Sonnenholzner.	Otto Sonnenholzner y funcionarios de la cruz roja y el IESS de los Ceibos.	Abren la caja y Otto mira dentro de esta luego la cierran.	Abren la caja, Otto observa, asiente con la cabeza y se cierra la caja.				
	Plano general.	Se enfoca tanto al hospital móvil como a los funcionarios.	Otto Sonnenholzner y funcionarios de la cruz roja y el IESS de los Ceibos.	Se encuentran dialogando cerca de donde se ubica el hospital móvil.	Brazos cruzados, luego al momento de despedirse realiza un gesto con la mano y suelta los brazos.				

		Plano detalle.	Bandera de la cruz roja ecuatoriana.						
		Plano general.	Militares y personal de la cruz roja listos para montar un nuevo hospital móvil.	Militares y personal de la cruz roja.	Dialogan a un lado del hospital móvil frente a una tienda desarmada.	El funcionario de la cruz roja realiza gestos con los brazos como dando indicaciones.	Tono de voz de Henry Ochoa es fuerte y claro.		
		Plano medio.	Henry Ochoa hablando directamente a la cámara.	Henry Ochoa.	Habla frente a la cámara dirigiéndose a la audiencia.				
		Plano general.	Las afueras de un hospital móvil donde se aprecian los banners de la cruz roja ecuatoriana y el IESS.						

		Plano general.	Funcionario de la cruz roja le da indicaciones a personal del ejercito.		Funcionario de la cruz roja y ejercito.	Dialogan mientras le señala algo con el pulgar.		Realiza un gesto con el pulgar hacia atrás. Luego tanto el funcionario de la cruz roja como el militarizado giran a ver algo.			
		Plano general.	Toma de afuers del hospital móvil mientras lo limpian y está rodeado por los implementos médicos.		Personal de limpieza.	Limpian la carpa donde se ubicará el hospital móvil.					
Desinfección mercados de Quito.	02:02 - 02:24	Plano general.	Las afueras del mercado mayorista de Quito.	Emergencia Sanitaria por pandemia			El gobierno nacional está buscando		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		

		Plano general.	Jorge Yunda y Otto Sonnenholzner entrando con las debidas protecciones a las instalaciones del mercado mayorista de Quito.	de la COVID-19.	Jorge Yunda y Otto Sonnenholzner.	Ambas autoridades caminan dentro de las instalaciones del mercado mayorista de Quito.	ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Mientras que Otto Sonnenholzner camina relajado se puede ver que Jorge Yunta es quien está hablando pues gesticula con las manos.			
		Plano general.	Jorge Yunda y Otto Sonnenholzner caminan dentro de las instalaciones del mercado mayorista de Quito.		Jorge Yunda y Otto Sonnenholzner.	Ambas autoridades caminan dentro de las instalaciones del mercado mayorista de Quito.		Mantienen la distancia requerida el uno del otro debido a la emergencia sanitaria.			
		Plano americano.	Jorge Yunda y Otto Sonnenholzner caminan dentro de las instalaciones del mercado mayorista de Quito.		Jorge Yunda y Otto Sonnenholzner.	Ambas autoridades caminan dentro de las instalaciones del mercado mayorista de Quito.		Mantienen la distancia requerida el uno del otro debido a la emergencia sanitaria mientras dialogan y Sonnenholzner			

		Plano medio.	Jorge Yunda hablando directamente a la cámara.	Jorge Yunda.	Hablando a la cámara en una entrevista.	Mirada neutra.			
		Plano medio.	Jorge Yunda y Otto Sonnenholzner caminan dentro de las instalaciones del mercado mayorista de Quito.	Jorge Yunda y Otto Sonnenholzner.	Caminan dentro de las instalaciones del mercado mayorista de Quito.	Otto Sonnenholzner señala un aspecto que capto su atención mientras caminan.			

		Plano medio.	Jorge Yunda y Otto Sonnenholzner hablando con un usuario del mercado mayorista de Quito.	Jorge Yunda, Otto Sonnenholzner y usuario del mercado mayorista de Quito.	<p>Usuario habla con ambas autoridades.</p> <p>Usuario señala un aspecto importante con la mano lo que provoca que Yunda se gire hacia Sonnenholzner y le hable directo mientras que este se encuentra con los brazos cruzados escuchando lo que el usuario tiene para decir.</p>			
		Plano medio.			<p>Usuario habla con ambas autoridades mientras que el resto de personas a su alrededor lo escuchan.</p> <p>Otto Sonnenholzner tiene las manos hacia atrás y observa al usuario mientras habla, este último utiliza sus manos para expresarse.</p>			

		Plano general.	Jorge Yunda y Otto Sonnenholzner caminan dentro de las instalaciones del mercado mayorista de Quito.		Jorge Yunda y Otto Sonnenholzner.	Caminan dentro de las instalaciones del mercado mayorista de Quito.		Ambas autoridades conversan entre si, eso se denota por un ligero movimiento de la cabeza de Sonnenholzner al final del clip.			
Corredores Logísticos.	02:25 - 03:25	Plano general.	Toma general de la desinfección de un camión.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Persona que desinfecta el camión.		El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
		Plano general.	Camiones llegando a las bodegas de abastecimiento.								
		Plano general.	Personas descargando víveres de camiones.		Personas que descargan los víveres.	Se acercan una a una las personas para descargar los sacos con víveres del camión.					

		Plano general.	Personas amontonando los sacos de provisiones uno sobre otro en las bodegas de abastecimiento.	Personas que descargan los víveres.	Colocan los sacos en columnas para poderlos mantener organizados.					
		Plano general.	Personas acomodando los sacos de víveres en las bodegas de abastecimiento.	Personas que descargan los víveres.	Colocan los sacos de rabanos uno a lado de otro para impedir que se caigan.					
		Plano general.	Persona acomodando sacos de zanahorias para su correcta desinfección.	Personas que descargan los víveres.	Mueve los sacos de zanahorias para que estos puedan ser desinfectados.			Tono de voz de Xavier Lazo es fuerte y claro.		
		Plano detalle.	Toma con zoom out que muestra como se encuentran							

		ordenados los sacos de zanahoria.							
	Plano detalle.	Con movimiento. Muestra una verdura y hace el movimiento para ver a la persona colocar otro saco más que fue descargado del camión.							
	Plano medio.	Xavier Lazo habla directamente a la cámara.	Xavier Lazo.	Mantiene un dialogo con la cámara.		Cara seria, mirando a la cámara y moviendo las manos.			

		Plano medio.	Se observa el ingreso de un camión a los centros de abastecimiento. Este tiene a un lado el eslogan.							
		Plano medio.	Xavier Lazo conversa con uno de los conductores de camiones que ingresan al centro de abastecimiento.	Xavier Lazo y conductor de camión.	Tienen una conversación entre si.	Movimiento sutil de la cabeza del conductor, manos en la cintura de Xavier Lazo que luego las pone para delante para poder expresar su punto.				
		Plano general.	Travelling que muestra el centro de abastecimiento y los camiones estacionados fuera de este.							

		Plano general.	Personas colocando en orden los saco sobre una reja.	Personas que descargan los víveres del camión.	Coloca los sacos de vegetales parados frente a una reja, mientras que otro llega con uno nuevo.					
		Plano americano.	Persona desinfectando camiones antes de su entrada al centro de abastecimiento.	Persona desinfectando el camión.	Desinfecta tanto la parte donde viene la carga como las ruedas del mismo.					
		Plano general.	Travelling desde la parte de adelante que muestra a la persona desinfectando el camión.							Tono de voz de Josué Lema es fuerte y claro.

		Plano medio.	Persona desinfectando la cabina de los camiones antes de su entrada al centro de abastecimiento. Se observa el logo del eslogan en primer plano.							
		Plano medio.	Personas hablando entre si frente al centro de abastecimiento.	Personas.	Personas conversando.		Ambos realizan movimientos de manos que dan a entender la conversación que poseen.			
		Primer plano.	Josué Lema hablando directamente a la cámara.	Josué Lema.	Hablando directo a la cámara.		Mirada neutra fija en la cámara.			
		Plano detalle.	Toma de los vegetales fuera del saco.							

		Plano americano.	Persona llevando vegetales sin funda a una pila donde está colocado el resto mientras en el fondo descargan más víveres del camión.	Personas descargando y acomodando los víveres en el centro de abastecimiento.	Colocar las cosas en su lugar.					
		Plano medio.	Personas cargando sacos de papa para colocarlos en su lugar.	Personas descargando y acomodando los víveres en el centro de abastecimiento.	Colocar las cosas en su lugar.					
		Plano general.	Se observa a cuatro personas en fila.	Xavier Lazo y trabajadores.	Gritan a la cámara y realizan gestos con las manos.	Realizan el gesto de puño cerrado y dedo pulgar arriba en señal de que todo está bien.	Fuerte y claro, dicho en grupo "Esto va por ti Guayaquil".			

Simplificación pocesos aduaneros.	03:26 - 03:41	Captura de pantalla de dos tweets de María Alejandra Muñoz.						Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Secuencia de imágenes compartidas dentro del tweet donde se muestran los productos que han llegado para abastecer en la emergencia sanitaria.									
Llegada médicos.	03:42 - 04:08	Plano americano.	Tres personas caminando dentro de la pista de aterrizaje del aeropuerto de Guayaquil.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.			El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Plano general.	Avión de la compañía Tame aterrizando en la pista del aeropuerto de Guayaquil.								
		Plano general.	Médicos desembarcando en la ciudad de Guayaquil.								

		Plano general.	Funcionarios públicos dialogando con los médicos.						
		Plano general.	Grupo de médicos rurales escuchando a los tres funcionarios públicos.	Funcionarios públicos y médicos.	Dialogando en la pista de aterrizaje del aeropuerto de Guayaquil.		Movimientos de manos que aportan al conocimiento de un diálogo.		
		Plano general.	Funcionario público habla por medio de un micrófono a los médicos rurales que arrivaron a la ciudad.	Funcionarios públicos y médicos.	Dialogando en la pista de aterrizaje del aeropuerto de Guayaquil.		Tono fuerte y claro donde quien habla les agradece por realizar su trabajo en Guayaquil.		

		Plano general.	Funcionarios públicos y médicos rurales tomándose una foto en la pista de aterrizaje del aeropuerto de Guayaquil respetando las normas de bioseguridad.	Funcionarios públicos y médicos.	Posando para la foto.	Tanto funcionarios público como médicos rurales tienen el pulgar arriba en la foto.	Tono fuerte y claro donde otro de los funcionarios le dedica unas palabras a los médicos rurales.			
		Plano general.	Médicos rurales y funcionarios públicos caminando hacia las instalaciones del aeropuerto de Guayaquil.	Funcionarios públicos y médicos.	Caminar hacia el aeropuerto.					

		Plano general.	Entrega de kits (alcohol y mascarillas) a los médicos que ingresan ya a las instalaciones del aeropuerto de Guayaquil.	Funcionarios públicos y médicos.	Ingreso de arribos internacionales.					
		Plano medio.	Overshoulder. Se muestra la toma de temperatura a uno de los médicos rurales.	Funcionarios públicos y médicos.	Toma de temperatura.	Mirada neutra.				
		Plano medio.	Overshoulder. Se muestra la toma de temperatura a uno de los médicos rurales.	Funcionarios públicos y médicos.	Toma de temperatura.	Mirada neutra.	Tono fuerte y claro de médico rural María de los Ángeles Jara.			

		Plano medio.	María de los Ángeles Jara hablando directamente a la cámara.		Médico rural, María de los Ángeles Jara.	Hablando directo a la cámara.		Mirada neutra pero fija en la cámara.			
		Plano medio.	Recepción de kits (alcohol y mascarilla) a la entrada de los médicos al aeropuerto.		Funcionarios públicos y médicos.	Ingreso de arribos internacionales.		Procede a agarrar la mascarilla y el alcohol que se le entrega.			
Recorrido aeropuerto Guayaquil.	04:09 - 04:37	Plano americano.	Funcionarios públicos caminando dentro de las instalaciones del aeropuerto de Guayaquil.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Funcionarios públicos.	Caminando dentro de las instalaciones del aeropuerto José Joaquín de Olmedo.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Movimiento de la mano en señal de conversación o duda.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		

		Plano general.	Funcionario público hablando con personal del aeropuerto.	Funcionarios públicos y personal del aeropuerto.	Funcionarios públicos hablando con personal que se encuentra ubicado dentro del ingreso a pre embarque internacional.	Movimientos de las manos en señal de estar conversando con la persona.			
		Plano americano.	Funcionario público saliendo de pre embarque internacional.	Funcionarios públicos y personal del aeropuerto.	Camina a la salida de pre embarque internacional.	Realiza gesto de despedida con la mano a personal del aeropuerto, el mismo que le responde.			
		Plano general.	Funcionario público en el counter del aeropuerto.	Funcionarios públicos y personal del aeropuerto.	Tiene un diálogo con la persona que se encuentra dentro del counter.	Movimiento de manos en alusión a una conversación.			

		Plano medio.	Funcionario público habla con personal de la policía nacional que opera dentro del aeropuerto.		Funcionario público y personal de la policía nacional.	Tiene un diálogo con el personal de la policía.		Movimiento de manos en alusión a una conversación.			
		Primer plano.	Gabriel Martínez hablando directamente a la cámara.		Gabriel Martínez.	Habla directo a la cámara.		Mirada que transmite tranquilidad.			
		Plano americano.	Gabriel Martínez recorriendo el interior de pre embarque internacional acompañado de funcionarios públicos.		Gabriel Martínez.	Caminando dentro de pre embarque internacional.			Tono de voz de Gabriel Martínez es fuerte y claro.		

		Plano general.	Gabriel Martines y funcionarios públicos dentro del área de migración para ingresar a pre embarque internacional.	Gabriel Martínez, funcionarios públicos y personas en área de migración.	Dialogando en el área de migración con personas a punto de viajar.	Realiza gestos con las manos que da alusión a conversación o diálogo.				
Transparencia Información.	04:38 - 05:14	Personal médico dentro de las instalaciones de pacientes con COVID-19, como toma de transición.					Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Personal médico colocando correctamente el suero a un paciente, como toma de transición.								
		Plano medio.	Persona desinfectando dentro de un bus.	Persona desinfectando.	Rocía liquido para desinfectar el bus.					
Plano detalle.	Persona utilizando un termómetro digital para tomar la temperatura a otra persona.	Personas.	Cumplen con los protocolos de bioseguridad.							

		Plano medio.	Toma de una cámara panasonic.								
		Plano detalle.	Toma del lente de una cámara siendo movido para enfocar.								
		Plano detalle.	Persona escribiendo apuntes en un cuaderno.								
		Plano medio.	Gabriel Arroba habla directo a la cámara.	Gabriel Arroba.	Habla a la cámara.		Mirada neutra, dedicado a informar.				
		Plano detalle.	Persona escribiendo en el teclado de una computadora.					Tono de Gabriel Arroba fuerte y claro.			
		Plano detalle.	Lente de una cámara siendo enfocado.								

		Plano medio.	Cuarto master de una transmisión a televisión abierta.		Persona que maneja el master.	Verificando lo que sale al aire.				
		Plano detalle.	Toma de una grabadora sony.							
		Plano detalle.	Maniobra de los controles de la consola de audio.							
		Plano detalle.	Pantalla de computador con audition abierto y realizando una grabación.							
		Plano americano.	Ministro de salud con el analista del INSPI observan el		Ministro de salud y analista del INSPI.	Observan la maquinaria nueva internamente.	Ambos realizan gestos con las manos donde se entiende un poco de como es el	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		

			interior de la maquinaria.					funcionamiento de la máquina.			
		Plano general.	Ambulancia de medicina legal siendo cerrada y personal trepándose a ella.		Personal de medicina legal.	Cierran la puerta de la parte de atrás de la ambulancia luego de colocar un cadáver.					
		Plano detalle.	Logo del ministerio de salud pública de Santo Domingo.								
		Plano detalle.	Rostro de una persona portando mascarilla.		Persona común.			Mirada neutra.			
		Plano medio.	Conductor de camión se baja del mismo en el		Conductor de camión.	Bajarse del camión.		Realizar el gesto de pulgar arriba.			

			centro de acopio.									
		Plano general.	Personas colocando en orden frutas y verduras en el centro de acopio.		Personas trabajadoras.	Colocar en orden frutas y verduras.						
		Plano medio.	Overshoulder. Adulto mayor en el counter del IESS.		Adulto mayor y personal del IESS.	Hablar con la persona en el counter.						
		Plano medio.	Conductor de camión hablando a la cámara.		Conductor de camión.	Baja del camión, mira la cámara y dice una frase.		Realiza el gesto de levantar el dedo pulgar en señal de aprobación.	Con voz clara y fuerte dice "Somos Ecuador"			
		Plano general.	Toma con dron de cierre en atardecer.									
		Aparece el Slogan en medio de la pantalla.							Tono claro y fuerte del			

			narrador masculino.			
--	--	--	------------------------	--	--	--

3.5.2.2.3. Miércoles 08 de abril de 2020

Título del video: Resumen de la Jornada de Emergencia Sanitaria.

Duración del video: 04 minutos 00 segundos

Link del video:

Imágen						Discurso y mensaje				Presencia del eslogan "El Gobierno es de todos"		
Secuencia	Duración	Planos	Descripción	Escenario	Personajes	Acción	Opinión del emisor	Gestos	Tonalidad	Presencia del logan	Número de apariciones	Número de menciones
Imágenes iniciales	00:00 - 00:17	Plano detalle	Microscopio moviéndose.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.			El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del			Si	Aparece 2 veces	Se lo menciona 2 veces
			Imagen que hace alusión a la COVID-19									

		Plano detalle	Muestra de sangre para prueba COVID-19			COVID-19.				Secuencia Imágenes Iniciales: En una de las puertad de la clínica móvil	Se lo menciona una vez al final del video, cuando aparece el slogan escrito.
		Plano medio	Personal del IESS revisando la pantalla de la computadora	Personal del IESS	Revisando historia clínica en la computadora		Señalar la pantalla del computador				
		Plano medio	María Paula Romo hablando con conductor de camión.	María Paula Romo.	Hablando con conductor de camión.			Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Plano americano	Personal del IESS revisando contenido de una caja	Personal del IESS	Revisando contenido de una caja						

		Plano americano	Personal de la clínica móvil mostrando su funcionamiento.		Personal clínica móvil	Abriendo la puerta de un costado de la clínica móvil para ver el contenido que esta posee				
		Plano general	Travelling donde se muestra a los grupos policiales formados.		Personal de la policía.					
		Gran plano general	Toma con drone de la fachada del palacio de Carondelet.							
		Plano detalle	Dentro del palacio de Carondelet.							
		Plano medio	Travelling Lenín Moreno en su despacho.		Lenín Moreno.	Viendo la pantalla de una computadora.		Cara de seriedad.		

		Plano americano	Juan Carlos Zevallos conversando con personal médico.		Juan Carlos Zevallos y personal médico.	Hablando entre si.		El movimiento de las manos da a entender que les está explicando algo.			
		Plano general	Personas descargando fundas de víveres en la Isla Santay.		Personas.	Pasando las fundas desde el muelle hasta la isla para ser entregadas a las familias.					
		Plano americano	Personal de medicina legal cerrando la puerta trasera de la ambulancia.		Personal de medicina legal.	Transportar cadáveres a la morgue.					
		Plano general	Funcionarios reunidos a las afueras de un establecimiento.		Funcionarios públicos.	Conversando en las afueras de un establecimiento.		Se realizan movimientos con las manos que aluden a la conversación.			

		Plano medio	Personas descargando víveres de un camión.		Personas.	Descargar víveres de un camión.								
		Plano general	Persona desinfectando un bus externamente.		Persona que desinfecta.	Persona rociando desinfectante afuera de un bus								
		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.												
Quito	00:18 - 01:23	Plano general	Personas descargando cajas de la parte de atrás de una camioneta.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Personas trabajando.	Se pasan una a una las cajas para ir las acomodando ordenadamente.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Cara seria.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.					
		Plano medio												
		Plano detalle	Botellas de alcohol antiséptico.											
		Plano medio	Personas descargando cajas de la parte de atrás de una camioneta.		Personas trabajando.	Se pasan una a una las cajas para ir las acomodando ordenadamente.				Seriedad en los rostros, lanzar la caja unos a otroa para agilizar el trabajo.				

		Funcionarios publicos observando las cajas con artículos de primera necesidad.
Plano medio		
Plano medio	Contrapicado. Muestra las botellas de alcohol con el fondo del mapa del Ecuador.	
Plano medio	Pablo Zambrano hablando a la cámara.	

	Funcionarios públicos.	Observar las cajas y hablar.
Pablo Zambrano.		Hablar directamente a la cámara.

	La posición de la cabeza, el movimiento de las manos y la forma en como se mueve la mascarilla hace alusión de que está hablando.			
		Tono de voz de Pablo Zambrano, fuerte y claro.		
Mirada tranquila y confiada.				

		Funcionarios públicos dialogando sobre los productos recibidos.
Plano general		
Primer plano	Botellas de alcohol antiséptico.	
Plano medio	Travelling desde las botellas de alcohol antiséptico hasta Pablo Zambrano.	
Plano medio	Juan Carlos Zevallos hablando a la cámara.	

Funcionarios públicos.	Hablar sobre los productos.
Pablo Zambrano.	Entablar una conversación con Pablo Zevallos.
Juan Carlos Zevallos.	Hablar directamente a la cámara.

Gestos con la mano realizados por Juan Carlos Zevallos y con la cabeza realizados por Pablo Zambrano.				
Movimiento de la cabeza y el papel.	Tono de voz de Juan Carlos Zevallos, fuerte y claro.			
Rostro relajado.				

		Plano general	Carro estacionandose en control vehicular.
		Plano americano	María Paula Romo saluda a oficial de la policía asentando la cabeza.
		Plano medio	María Paula Romo hablando con conductor de moto.
		Plano medio	María Paula Romo hablando con conductor de un auto.

		María Paula Romo.	Saludando a oficial de policía.
		María Paula Romo.	Hablando con motociclista.
		María Paula Romo.	Hablando con conductor de auto.

		Pequeño gesto con la cabeza en señal de saludo.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
		Gestos con las manos y los ojos para dar a entender su punto.			
		Se encorba un poco para poder ver mejor dentro del vehículo.			

		Personal de policía indicando que tiene que orillarse para la revisión.
Plano general		Policía acercándose al vehículo para solicitar la información necesaroa.
Plano medio	María Paula Romo	hablando directamente a la cámara.
Plano general		Oficial de tránsito revisando la documentación necesaria dentro de un auto.

	Personal de la policía.	Realiza seña para que los carros se orillen.
	Personal de la policía.	Acercarse al vehículo.
	María Paula Romo.	Hablar a la cámara.
	Oficial de tránsito.	Pedir documentación a personas dentro del auto.

		Mueve el brazo dando a entender por el carril que deben ingresar para la revisión.			
		Camina y habla con el conductor.	Tono de voz de María Paula Romo, fuerte y claro.		
		Ojos entecerrados.			
		Alejarse del auto para que este pueda retirarse.			

		Plano detalle	Oficial de tránsito se acerca a vehículo a revisar la documentación.	Oficial de tránsito.	Toma la hoja del salvoconducto para revisarlo.	Mirada seria.			
		Plano medio	María Paula Romo hablando con conductor de un auto.	María Paula Romo.	Hablado con conductor de auto.	Sonríe y le hace los dos deditos arriba en señal de que todo está ok.			
		Plano medio	Travelling. María Paula Romo observa a conductor de camión.	María Paula Romo.	Caminando y observando el camión.				
		Plano medio	María Paula Romo realiza gesto a conductor de auto.	María Paula Romo.	Realizar un gesto amigable a conductor de auto.	Sonríe y levanta ambos pulgares. Asiente con la cabeza y se retira.			
Guay aquil		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.							

	01:24 - 02:01	Plano americano	Personal de cervecería nacional ingresando a las instalaciones.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Personal de cervecería nacional.	Ingresar a las instalaciones de cervecería nacional.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Indicaciones con las manos para saber donde hay que dirigirse.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Plano medio										
		Plano medio	Travelling. Personal de cervecería nacional dentro de las instalaciones.		Personal de cervecería nacional.	Recorrido instalaciones de cervecería nacional.						
		Plano americano	Personal de cervecería nacional bajando una caja de atún real.		Personal de cervecería nacional.	Bajan una caja sellada de atún real.				Coloca la caja sobre otras y la golpea.		
		Plano americano	Personal de cervecería nacional saca producto de una		Personal de cervecería nacional.	Sacar tres fundas de cocoa en polvo de la						

		de sus cajas selladas.		caja sellada de la universal.					
	Plano medio	José Luis González hablando a la cámara.	José Luis González.	Hablar directamente a la cámara.	Puntuación a los aspectos importantes utilizando las manos.	Tono de voz de Jospe Luis González,			
	Plano general	Maquinaria de cervecería nacional moviendo las cajas.	Personal de cervecería nacional.	Persona manejando una máquina.		fuerte y claro.			
	Plano medio	Personal de cervecería nacional viendo como se realiza el movimiento de las cajas para ser distribuidas.	Personal de cervecería nacional.	Persona manejando maquinaria mientras es observada.		Tono de voz de Iván Ontaneda,			

		Plano medio	Iván Ontaneda hablando con una dueña de tienda para darle a conocer el proyecto y su alcance.		Iván Ontaneda.	Hablado para explicar lo que dará el proyecto a todas las tiendas.		Utilizar las manos para dar más fuerza a lo que habla.			
Azuay	02:02 - 02:56	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.									
		Plano medio	Iván Granda revisando las fundas de víveres que serán entregadas.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Iván Granda.	Mover la funda con la finalidad de revisar su contenido.	El gobierno nacional está buscando		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
		Plano medio	Trevelling. Desde Iván Granda hasta enfocar las canastas de Coral Hipermercados en el centro de acopio.		Iván Granda.	Mover la cara para poder ver todas las canastas a entregar.	ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.				

	Plano americano	Personas trabajando dentro del centro de acopio.	Personal de la policía y voluntariado.	Colocan las cosas dentro de las fundas de víveres.				
	Plano medio	Personas organizando las leches que irán colocadas en las canastas.	Personas trabajando.	Agarra los cartones de leche que sean posibles para colocar en los distintos kits.	Concentración.			
	Plano detalle	Persona empujando la grúa con distintas cajas encima.	Personas trabajando.	Empujando la grúa para colocarla en su destino.				
	Plano general	Imagen de personas metiendo cajas a una bodega que se opaca para colocar el nombre de los sitios donde	Personas trabajando.	Se pasan las cajas entre si.				

		serán distribuidos.							
	Plano medio	Entrega de canastas en comunidades.	Personas trabajando.	Entrega de canastas a quien las necesita.	Sonrisa de parte de quien entrega la canasta esto se nota por las arrugas que se le hacen en la comisura del ojo y alivio en el rostro de quien recibe.				
	Plano americano				Persona recibe la ganaste y agradece hablando.				

		Plano americano			Persona ve la canasta y con enrviosismo dobla nuevamente el papel que carga en la mano.			
		Plano general			Persona que recibe la canasta sonríe y los niños corren a recibir la canasta también.	Tono de voz de Iván Granda, fuerte y claro.		
		Plano medio	Iván Granda hablando directo a la cámara.	Iván Granda.	Hablar a la cámara.			
		Plano medio	Travelling desde la esposa al señor en silla de ruedas.	Personas.	Conversan con quien fue a entregarle la canasta de víveres.			
					Sonrisas y agradecimiento.			

	Plano americano	Xavier Martínez y Felipe Abril se dirigen al centro de abasto de Cuenca acompañados por personal de la policía nacional.	Xavier Martínez y Felipe Abril.	Caminan hacia centro de abasto.	Persona que va con ellos señala para indicar que ya están cerca.			
	Plano general	Xavier Martínez y Felipe Abril caminan en las afueras del centro de abasto de Cuenca acompañado por funcionarios municipales y policía nacional.	Xavier Martínez y Felipe Abril.	Caminan hacia centro de abasto.	Funcionario municipal habla, realiza gestos con la mano que permite denotar que está explicando algo.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
	Plano general	Xavier Martínez y Felipe Abril caminan dentro del centro de	Xavier Martínez y Felipe Abril.	Caminan dentro del centro de				

		abasto de Cuenca.		abasto de Cuenca.					
	Plano general	Personas comprando en el centro de abasto de Cuenca.	Personas.	Adquieren distintos productos en el centro de abasto respetando la norma sanitaria.					
	Plano medio	Xavier Martínez hablando a la cámara.	Xavier Martínez.	Conversando con la ciudadanía.	Mirada seria.	Tono de voz de Xavier Martínez fuerte y claro.			
	Plano medio	Personas ingresando al mercado 3 de noviembre de forma ordenada respetando el aforo y la capacidad permitida.	Personas.	Ciudadanos ingresando al centro de abastecimiento.					

		Personas ingresando al mercado 23 de febrero pasando primero por la máquina desinfectante para que ingresen a un ambiente controlado.		Personas.	Ingresar al mercado y esperar alguna indicación.				
		Personal de la Gobernación junto a Xavier Martínez caminando por Cuenca acompañados del UMO y la Policía Nacional.		Xavier Martínez.	Caminar por la ciudad de Cuenca.	Soltar las manos como tranquilidad y hablar con la persona que tiene a lado.			
Manabí		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.							

		Plano general	José de la Gasca con funcionarios del gobierno recorriendo zonas de Manabí.		José de la Gasca.	Recorre distintas zonas de Manabí.		El funcionario público señala con su mano derecha hacia las casas de ese sector.			
	02:57 - 03:12	Plano general	José de la Gasca hablando con personas habitantes de Manabí.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	José de la Gasca y habitantes.	Mantienen un diálogo.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la	Se realizan gestos con las manos que representan insatisfacción.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
		Plano general	José de la Gasca realizando un corrido dentro de las instalaciones de un hospital acompañado de personal médico.		José de la Gasca y personal médico.	Recorren las instalaciones de un hospital.	pandemia del COVID-19.	Mirada al piso en lugar de al frente.			

		Plano general	Travellin de la sala donde se encuentran las camillas y distintos insumos médicos.						
		Plano americano	Grupo de personas hablando con José de la Gasca.	José de la Gasca y personas presentes.	Mantienen un diálogo.	El hombre vestido de negro en el lado izquierdo posee una pose y un gesto en el rostro de inconformidad mientras que el resto observa a José de la Gasca con los brazos cerrados y ceño fruncido.			
		Plano americano	José de la Gasca recorriendo dentro de un	José de la Gasca.	Recorre los albergues.				

			albergue de Manabí.										
		Plano general	Funcionario público muestra donde se encuentran ubicadas las donaciones de colchones y bases de colchones.	Funcionario público.	Entra a la habitación donde están amontonados los colchones y las bases para colchón.								
		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.											
Los Ríos	03:13 - 03:45	Plano general	Recorriendo las calles de Los Ríos siguiendo a un carro que va desinfectando las calles a medida que pasa.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.		El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.					

						COVID-19.						
		Plano general	Recorriendo las calles de Los Ríos siguiendo a un carro que va desinfectando la urbanización a medida que pasa.									
		Plano general	Recorriendo las calles de Los Ríos siguiendo									
		Plano general	a un carro que va desinfectando lugares comerciales a medida que pasa.									

		Plano americano	Persona desinfectando en los alrededores de un domicilio.		Persona que desinfecta.	Persona camina en la propiedad aplicando desinfectante.						
		Plano general	Persona desinfectando afuera de la cerca de una casa.						Tono de voz de Camilo Salinas, normal y claro.			
		Plano medio	Camilo Salinas hablando directamente a la cámara.		Camilo Salinas.	Camilo Salinas parado a lado de un atomizador indicando como ha sido esencial la ayuda del gobierno.	Movimiento de las manos y mirada neutra.					
Imágenes finales	03:46 - 04:00	Plano medio	Personal del MSP recibiendo llamadas y anotando dentro del sistema.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Personal del MSP.	Escribir en el teclado de una computadora.	El gobierno nacional está buscando ayudar al	Movimiento de los dedos al escribir, mirada fija en el monitor.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			

							pueblo en la pandemia del COVID-19.					
		Plano medio	María Paula Romo despidiéndose de conductor de un auto.		María Paula Romo.	Gesto de agradecimiento y despedida por parte de María Paula Romo.		Agradece con las manos cerradas, luego levanta los pulgares en señal de aprobación y la persona dentro del carro asiente con la cabeza.				
		Plano medio	Personal del gobierno realizando la entrega de canastas de víveres a		Personal del gobierno.	Entrega de víveres a familias que lo necesitan.		Cara de alivio por parte de la persona que recibe los víveres.				

		aqueellos que lo necesitan.								
	Plano general	Personal médico observa por la ventana y saluda.		Personal médico.	Saludar desde la ventana.		Movimiento de derecha a izquierda con la mano en señal de saludo.			
	Plano general	Personas desembarcando cajas pasándolas unas a otras para hacer más óptimo el trabajo.		Personas trabajando	Lanzar las cajas de una persona a otra.					
	Plano medio	Agentes metropolitanos mirando a la cámara y realizando		Agentes metropolitanos.	Mirando a la cámara y realizando gesto de aprobación.		Ambos levantan el dedo pulgar en señal de aprobación hacia la cámara.			

		gestos de aprobación.								
	Plano americano	Personal de cervecería nacional mirando a la cámara con actitud alegre.	Personal de cervecería nacional.	Levantar sus productos, decir una frase y realizar un gesto a la cámara.		Todos los presentes levantan el dedo pulgar hacia la cámara.	Al unísono con tono claro y fuerte "Podemos Ecuador"			
Aparece el Slogan en medio de la pantalla.							Tono claro y fuerte del narrador masculino.			

3.5.2.2.4. Viernes 10 de abril de 2020

Título del video: Resumen de la Jornada de Emergencia Sanitaria.

Duración del video: 07 minutos 21 segundos

Link del video: <https://www.youtube.com/watch?v=XvGNUa72YXU>

Imágen						Discurso y mensaje				Presencia del eslogan "El Gobierno es de todos"		
Secuencia	Duración	Planos	Descripción	Escenario	Personajes	Acción	Opinión del emisor	Gestos	Tonalidad	Presencia del eslogan	Número de apariciones	Número de menciones
Imágenes iniciales	00:00 - 00:11	Plano detalle	Persona observa un frasco con un liquido que parece sangre con la etiqueta COVID-19.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.			El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.	Si	Durante todo el video ubicado en la esquina superior derecha.	Se lo menciona una vez al final del video, cuando aparece el slogan escrito.
			Ilustración de la COVID-19									
		Plano detalle	Le están tomando la temperatura a		Persona hospitalizada							

		persona hospitalizada.			COVID-19.				
	Plano general	Policías recorriendo calles de un sector del país.		Personal de la policía					
	Plano medio	Personas entregando kits con víveres debido a la emergencia sanitaria.		Personas recibiendo víveres.					
	Plano general	Funcionarios públicos recibiendo a médicos rurales en la plataforma de aterrizaje del aeropuerto JJO.		Funcionarios públicos.					
	Plano general	Funcionarios públicos recorriendo las calles de un		Funcionarios públicos.					

		sector de la ciudad.							
	Plano general	Juan Carlos Zevallos y otros funcionarios públicos recorriendo las instalaciones de un hospital.	Juan Carlos Zevallos.		Seriedad.				
	Plano americano	Funcionarios públicos hablando con conductor de camión.	Funcionarios públicos.		Seriedad.				
	Plano medio	Jorge Wated hablando con familiar de persona fallecida por la COVID-19.	Jorge Wated y familiar de persona fallecida.		Preocupación en la cara del familiar del fallecido.				

		Plano medio	Persona sonriente recibiendo canasta de víveres.		Personas recibiendo víveres.			Sonrisa.			
		Plano medio	Lenín Moreno en su despacho observando un monitor.		Lenín Moreno			Seriedad.			
		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.									
Pichincha	00:12 - 01:04	Plano general	Juan Fernando Velasco y Agustín Albán en un estacionamiento fuera de un hospital hablando con uno de los ingenieros especializados.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Otto Sonnenholzner, Juan Fernando Velasco, Agustín Albán, Juan Sebastián Roldan, el equipo de ingenieros especializados	Mantienen una conversación con la persona frente a ellos.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del	Movimiento con las manos.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		

		Plano americano	Otto Sonnenholzner reunido con otras autoridades en el estacionamiento fuera del centro que se visitará.	en mecatrónica, biomedicina y dispositivos respiratorios, César Naranjo, Juan Carlos Zevallos y profesionales de la salud.	Personas reunidas en el estacionamiento apuntando a donde deben ir.	COVID-19.	Varios de ellos señalan con el dedo o todo el brazo el sitio donde deberían dirigirse.				
		Plano general	Otto Sonnenholzner reunido con los ingenieros especializados en mecatrónica, biomedicina y dispositivos respiratorios.		Observan una maquina, asienten con la cabeza y Otto entrelaza sus dedos.		Mirada fija en el objeto, asientan con la cabeza, serios y posicion de los brazos con manos o dedos entrelazados entre sí para evitar tocar algo.				

		<p>Juan Fernando Velasco y Juan Sebastián Roldán señalan un objeto dentro de la habitación donde se encuentran.</p>
Plano medio		
Plano general		<p>Otto Sonnenholzner reunido con los ingenieros especializados en mecatrónica, biomedicina y</p>

	<p>Miran un objeto y señalan al frente y a lado mientras dialogan.</p>
	<p>Observan el objeto que se encuentra sobre el escritorio mientras que uno de los ingenieros</p>

	<p>Juan Fernando Velsco señala el objeto y señala a un lado como indicando que lo muevan el movimiento de su mascarilla da a entender que está hablando y su rostro de sorpresa con los ojos bien abiertos que no fue tranagradable lo que observó.</p>			
	<p>Movimiento de manos en señal de explicación. Otto asienta con la cabeza en señal de comprender lo que se le dice.</p>			

		dispositivos respiratorios.
Plano americano	Juan Fernando Velasco, Otto Sonnenholzner e Ingenieros especializados dialogan entre sí.	

	procede a dar una explicación.
	Escuchan atentamente el comentario que Juan Fernando Velasco está emitiendo.

	Movimiento de las manos que da a entender una explicación. Otto Sonnenholzner tiene las manos en la cintura , mientras que la ingeniera que explicaba anteriormente tiene los brazos cruzados frente a ella.			

		Plano medio	César Naranjo hablando a la cámara.		Hablando a la cámara.	Mirada neutra.				
		Plano detalle	Detalle de la máquina que inventaron los ingenieros.							
		Plano general	Ingenieros explicándole sobre la máquina a Otto Sonnenholzner.		Realizando una explicación.	Movimiento con las manos.	Tono de César Naranjo fuerte y claro.			
		Plano general	Con travelling. Ingenieros explicándole a Otto Sonnenholzner el proceso de la máquina.		Realizando una explicación.	Movimiento de la cabeza de la persona frente a Otto, de la máquina hacia a él.				
		Plano general	Travelling. Donde se muestran el resto de máquinas y							

		personasl alrededor.
	Plano americano	Juan Fernando Velasco caminando y dialogando con dos personas.
	Plano medio	Juan Carlos Zevallos y otros funcionarios públicos recorriendo las instalaciones de un hospital.
	Plano medio	Juan Carlos Zevallos ingresando a las instalaciones del hospital.

	Diálogo.
	Diálogo por parte de Juan Carlos Zevallos. Caminata.
	Mientras camina movimiento de puño al cielo.

		Movimiento de las manos de la persona a la derecha de Juan Fernando Velasco.		
		Movimiento de las manos.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.	
		Movimiento de puño que da el mensaje de lucha, de que si se puede.		

		Plano medio	Juan Carlos Zevallos junto a dos funcionarios revisando la presencia completa de equipos que permitan mantener la bioseguridad al personal médico.		Revisar una funda y los implementos que esta contiene.	Agarra la funda y la mueve para poder tener mejor visión de lo que posee por dentro.				
		Plano medio	Bodega con dotaciones y batas medicas suficientes para el personal de la salud.							
		Plano medio	Juan Carlos Zevallos sosteniendo una bata que será utilizada por los profesionales de la salud.		Mantiene abierta la bata para que la aprecien los presentes.	Observa el implemento y mira de frente.				

		Plano medio	Máquina en funcionamiento y luego se enfoca a Juan Carlos Zevallos.			Uno de los ingenieros hace que la máquina funcione mientras que Juan Carlos Zevallos observa el proceso.		Movimiento de la mano del ingeniero de arriba abajo para poder mostrar el funcionamiento de la misma.				
		Plano medio	Personal médico le entrega una bota de caucho en la mano a Juan Carlos Zevallos.			Le entregan la bota y la observa por todos lados.		Mirada seria.				
		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.										
Cotopaxi y Tungurahua	01:05 - 01:56	Plano medio	Otto Sonnenholzner realizando recorrido dentro de hospital con personal médico.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Otto Sonnenholzner, Juan Sebastián Roldán, Profesionales de la salud y Gabriela Rodríguez.	Recorrido dentro del hospital.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la	Movimiento de la mano de la persona a la derecha de Sonnenholzner da a entender que le estaba indicando algo.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			

		Plano americano	Otto Sonnenholzner y funcionarios públicos conversando dentro del hospital.			Diálogo entre las personas.	pandemia del COVID-19.	El movimiento realizado con las manos y cabeza hacen alusión a que están conversando.			
		Plano americano	Otto Sonnenholzner y funcionarios públicos recorriendo las instalaciones de un hospital.			Recorrido dentro del hospital.					
		Plano medio	Trevelling de las instalaciones del hospital.								
		Plano medio	Muestra de las maquinas del hospital.								

		Plano general	Otto Sonnenholzner recorriendo con funcionarios públicos las instalaciones de un hospital.			Recorrido dentro del hospital.					
		Plano general	Otto Sonnenholzner recorriendo con funcionarios públicos las instalaciones de un hospital.			Recorrido dentro del hospital.					
		Plano medio	Otto Sonnenholzner dentro de las instalaciones de un hospital dialogando con personal médico.			Diálogo de Otto Sonnenholzner con el personal médico.		Movimiento de la cabeza y movimiento de las manos.			

		Plano general	Travelling de los insumos de protección necesarios dentro de cajas.						
		Plano detalle	Caja llena con mascarillas KN95.						
		Plano medio	Gabriela Rodríguez habla frente a la cámara.		Hablando a la cámara.		Mirada neutra.		Tono de Gabriela Rodríguez fuerte y claro.
		Plano americano	Personal médico mostrándole a Juan Sebastián Roldán los insumos médicos dentro de las cajas mientras dialogan.		Diálogo y muestra de insumos médicos.		Movimientos de las manos y movimiento de una caja mientras todos la observan.		Tono de Juan Sebastián Roldán fuerte y claro.
		Plano americano	Personal médico mostrándole a Juan Sebastián Roldán los		Diálogo de parte de Juan		Movimiento de las manos demuestran que		

		insumos médicos.		Sebastián Roldán.	ocurre una conversación.			
	Plano general	Otto Sonnenholzner, Juan Sebastián Roldán y personal médico recorren los pasillos de hospital del MSP.		Recorrido dentro del hospital y diálogo.	Movimiento de las manos demuestran que ocurre una conversación.			
	Plano medio	Juan Sebastián Roldán hablando frente a la cámara.		Hablando a la cámara.	Mirada seria.			
	Plano medio	Tavelling de una bodega llena de cajas						
	Plano medio	Overshoulder. Otto Sonnenholzner hablando con		Diálogo entre las personas.	Movimiento de las manos y cabeza.			

Tunguragua		funcionario público.								
	Plano detalle	Estantería con algodones y tubos de pruebas.								
	Plano medio	Doctora observando una pantalla.			Doctora revisando la computadora.		Mirada neutra.			
	Plano medio	Enfermera sosteniendo un portapapeles.			Leyendo lo que está ahí escrito.					
	Plano general	Travelling. Toma de Otto Sonnenholzner saliendo del hospital.			Se despide del personal de salud que se encuentra ahí dentro.		Realiza movimiento con la mano de derecha a izquierda en señal de despedida.			
		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.								

		Plano general	Movimiento desde detrás de una caja hasta que aparezcan los funcionarios públicos.		Otto Sonnenholzner, Juan Sebastián Roldán, Gabriel Martínez, Autoridades de Ambato, Juan DeHowitt y Persona Privada de la Libertad.								
	01:57 - 03:08			Emergencia									
		Plano americano	Otto Sonnenholzner conversando con funcionarios públicos a las afueras del mercado mayorista de Ambato.	Sanitaria por pandemia de la COVID-19.		Diálogo.	buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Movimientos de las manos y movimiento de cabeza.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.				
		Plano medio	Juan Sebastián Roldán dialogando con los funcionarios públicos.				Diálogo.		Movimientos de las manos y de la cabeza.				

	Plano general	Funcionarios públicos conversando afuera del mercado mayorista de cuenca.		Diálogo.	Movimiento de las manos y cabeza.			
	Plano general	Paneo de las instalaciones del mercado mayoritario de Ambato						
	Gran plano general	Autoridades conversando en las afueras del mercado mayorista de Ambato.		Diálogo.				
	Plano americano	Autoridades conversando en las afueras del mercado mayorista de Ambato.		Diálogo.	Movimiento de las manos.	Tono de voz de Otto Sonnenholzner fuerte y claro.		

	Plano medio	Otto Sonnenholzner habla directo a la cámara.		Hablar frente a la cámara.	Expresiones neutras.			
	Gran plano general	Zoom in al mercado mayorista de Ambato.						
	Plano medio	Autoridades conversando con personal de la policía y militar en las afueras del mercado mayorista de Ambato.		Diálogo	Movimientos de la cabeza.			
	Plano medio	Persona privada de la libertad cortando un pedazo de madera.		Cortar madera.	Ojos entrecerrados como que algo le molestará.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
	Plano americano	Personas privadas de la libertad tomando		Medir madera.				

		medidas en la madera.							
	Plano general	Personas privadas de la libertad realizando trabajos con madera en un taller.		PPL trabajando					
	Plano detalle	Persona golpeando un trozo de madera con un martillo.							
	Plano general	Personas privadas de la libertad trabajando en feretros de madera para personas afectadas por la COVID-19.		PPL trabajando.					

	Plano medio	Personas privadas de la libertad realizando trabajos con madera en un taller.		PPL trabajando.				
	Plano medio	Persona privada de la libertad acomodando una de las tapas de los feretros de madera.		PPL trabajando.				
	Plano medio	Juan DeHowitt hablando a la cámara.		Hablando a la cámara.	Mirada neutra.	Tono de Juan DeHowitt fuerte y claro.		
	Plano americano	Personas privadas de la liberta con un feretro de madera terminado.		PPL trabajando.				

	Plano detalle	Personas privadas de la libertad trabajando con madera.		PPL trabajando.					
	Plano medio	Personas privadas de la libertad dando los últimos detalles al feretro de madera.		PPL trabajando.		Concentración.			
	Plano detalle	Persona lijando la madera para quitar las imperfecciones.		PPL trabajando.					
	Plano medio	Juan DeHowitt hablando a la cámara.		Hablando a la cámara.		Mirada neutra.			
	Plano americano	Persona privada de la libertad soltando una pieza de madera de otra con		PPL trabajando.					

		ayuda de un martillo.							
	Plano detalle	Persona privada de la libertad cortando un pedazo de madera.		Cortar madera.					
	Plano medio	Persona privada de la libertad hablando directo a la cámara.		Hablando a la cámara.	Mirada neutral.		Tono de Persona Privada de la Libertad fuerte y claro.		
	Plano medio	Personas provadas de la libertad lijando los filos de la puerta del feretro.		PPL trabajando.					

		Plano detalle	Persona privada de la libertad soltando una pieza de madera de otra con ayuda de un martillo.							
Guayas	03:09 - 03:53	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.								
		Plano general	Gabriel Martínez dialogando con familias de la cooperativa Cañaverál.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Gabriel Martínez, Familias de la cooperativa Cañaverál, persona que desinfecta las calles y Marisol Chávez.	Diálogo entre las personas.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	El rostro de Gabriel Martínez sigue a las personas dependiendo de quién hable y las manos de las personas frente a él se mueven conforme hablan.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.	
		Plano americano	Gabriel Martínez ingresando a la cooperativa cargando una			Caminando dentro de la cooperativa.		Mirada seria.		

		canasta de víveres.							
	Plano general	Paneo de la cooperativa Cañaverall.							
	Plano medio	Gabriel Martínez entregando kit con víveres a una de las familias de la cooperativa.		Entrega de kits.		Sonrisa por parte del emisor y del receptor del producto.			
	Plano medio	Gabriel Martínez saludando a una familia a través de la cerca luego de entregarles el kit.		Entrega de kits.		Sonrisa por parte del receptor del producto, mientras que Martínez realiza un movimiento de la mano de izquierda a derecha haciendo			

		Plano medio	Gabriel Martínez entregando kit con víveres a una de las familias de la cooperativa.			Entrega de kits.	Le dice unas cuantas palabras a la mujer pues realiza un movimiento de manos que lo acompaña.			
		Plano general	Camioneta llevando los kits a la cooperativa.			Entrega de kits.				
		Plano detalle	Muestra un letrero que dice #QuedateEnCasa							
		Plano medio	Gabriel Martínez entregando kit con víveres a una de las familias de la cooperativa.			Entrega de kits.	La persona asienta con la cabeza en señal de agradecimiento.			

		Plano medio	Gabriel Martínez entregando kit con víveres a una de las familias de la cooperativa.		Entrega de kits.	La persona asienta con la cabeza en señal de agradecimiento al recibir el kit. Levanta el dedo pulgar de la mano y recibe una respuesta de parte de Martínez.	Tono de Marisol Chávez fuerte y claro.			
		Plano medio	Marisol Chávez hablando frente a la cámara.		Hablar a la cámara.	Rostro de tranquilidad.				
		Plano general	Con travelling mostrando el trabajo que están haciendo las personas que desinfectan el sector.		Desinfectar el sector.					

		Plano medio	Gabriel Martínez entregando kit con víveres a una de las familias de la cooperativa.			Entrega de kits.		La persona asienta con la cabeza en señal de agradecimiento.			
		Plano medio	Gabriel Martínez entregando kit con víveres a una de las familias de la cooperativa.			Entrega de kits.		La persona asienta con la cabeza en señal de agradecimiento y dice unas palabras.	En tono fuerte y claro "Dios les de al ciento por uno, muy amable. Gracias por lo que están haciendo".		
		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.									
Carchi	03:54 - 04:27	Plano medio	Personas desinfectando vehículos que ingresan a Carchi.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Personas desinfectando a la entrada de la provincia, funcionarios públicos, personas vulnerables que	Desinfección de vehículos.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		

		Plano americano		reciben los kits, Óscar Ruano.		pandemia del COVID-19.				
		Plano medio	Persona llenando un tanque con una mangera.		Llenar el tanque para la desinfección de los vehículos.					
		Plano americano	Personas desinfectando vehículos que ingresan a Carchi.		Desinfección de vehículos.					
		Plano general								
		Plano americano	Funcionarios públicos yendo a realizar la entrega de kits a las personas más vulnerables.		Entrega de kits.		Seriedad en el rostro.			
		Plano americano	Funcionario público realiza la entrega de kit a la persona vulnerable quien		Entrega de kits.		Sonrisa de agradecimiento al recibir el kit.			

		le agradece con una sonrisa.					
	Plano americano	Personas desinfectando vehículos que ingresan a Carchi.		Desinfección de vehículos.			Tono de Óscar Ruano fuerte y claro.
	Plano medio	Óscar Ruano hablando a la cámara.		Hablando a la cámara.		Ojos entre cerrados debido al resplandor del sol.	
	Plano medio	Se realiza entrega de kits por parte de dos funcionarios públicos a una persona de tercera edad.		Entrega de kits.		La señora cuando recibe el kit sonrie nerviosa mientras que los funcionarios le hablan antes de que ella ingrese.	Tono de funcionario público fuerte y claro.

								agradecida por la ayuda.			
Chimborazo	04:28 - 04:49	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.									Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.
		Plano general	Se muestra el entorno de donde viven las personas de la tercera edad.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Personas de la tercera edad, autoridades de la Gobernación de Chimborazo y Luisa Loiza.	Conocer el entorno.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la	pandemia del COVID-19.	Entablan una conversación con la señora, se denota debido al movimiento de las manos.		
		Plano medio	Se contempla de cerca como viven las personas de la tercera edad.			Conocer el entorno.					
Plano general	Autoridades de la Gobernación conversan con adulta mayor en situación de vulnerabilidad.	Conversar, conocer y encontrar una solución para la situación de la señora.									

Santo Domingo	Plano americano	Adulta mayor sale de el lugar en el que se encontraba para ir con las autoridades.		Encontrar una solución para el inconveniente.	Personas que estaban con la adulta mayor dialogan con ella y las autoridades. Se denota por el movimiento de labios y manos.				
	Plano medio	Abastecimiento de utensilios para personas en estado de vulnerabilidad.		Abastecimiento de utensilios.					
	Plano medio	Luisa Loiza hablando a la cámara sobre la situación de la persona de la tercera edad.		Hablando a la cámara.	Mirada neutra.	Tono de Luisa Loiza claro y fuerte.			
		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.							

	04:50 - 05:02	Plano general	Camión pasando a través de la cortina de desinfección de vehículos.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Gobernación de Santo Domingo, Personal de la policía y Oficiales de tránsito.	Desinfección de vehículos.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Movimiento de manos que representa una conversación.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.
Plano medio		Policía y personal de la Gobernación caminando por las calles de Santo Domingo.	Recorrido de control.						
Plano general		Camioneta saliendo de las instalaciones de la policía nacional en Santo Domingo. Grupo de policías se queda en formación afuera de las instalaciones.	Recorrido de control.						

		Plano americano	Personal de la policía en motos recorriendo Santo Domingo.			Recorrido de control.				
		Plano general	Personal policial listo para realizar el control por el toque de queda.			Recorrido de control.				
		Plano general	Camión pasando a través de la cortina de desinfección de vehículos.			Desinfección de vehículos.				
		Plano general	Camión pasando a través de la cortina de desinfección de vehículos.			Desinfección de vehículos.				
El Oro		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.								

		Plano detalle	Una funda llena de medicamentos.							
		Plano medio	Rolando Maridueña hablando directo a la cámara.		Hablando en la cámara.		Mirada tranquila pero firme.			
		Plano medio	Implicado en la clínica sienta llevado por las autoridades.		Caminando hacía la patrulla.					
		Plano medio	Implicado realiza una acción en el teléfono mientras que personal de policía le observa.		Realizar acción en el teléfono.		Mirada directa al dispositivo móvil.			
		Plano general	Toma de la patrulla de policía lista para							
										Tono de Ronaldo Maridueña fuerte y claro.

			recibir al implicado.															
		Plano americano	Ronaldo Maridueña hablando con las delegadas de la agencia de aseguramiento de calidad.				Crear un diálogo.			Movimiento de la mascarilla muestra que están hablando y asentar con la cabeza también corrobora que existe un diálogo.								
		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.																
Zamora Chinchipe	05:34 - 05:48	Plano general	Funcionarios públicos hablando con comerciantes de establecimiento de primera necesidad.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Personal de establecimientos de primera necesidad, Funcionarios públicos, Ejercito.	Diálogo con las personas encargadas de los puestos.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del	Movimiento leve de los brazos.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.									
		Plano americano	Toma de los estantes con las frutas de venta.															

		Plano americano	Funcionarios públicos hablando con comerciantes de establecimiento de primera necesidad.		Diálogo con las personas encargadas de los puestos.	COVID-19.	Movimiento de manos que representa una conversación.			
		Plano general	Personal militar descargando biombos de división de uno de sus vehículos.		Descargando material de sus vehículos.					
		Plano general	Funcionarios colocan los biombos de división del sitio de atención médica.		Colocar divisiones.					
		Gran plano general	Paneo del sitio de atención médica.							
A nivel nacional	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.									

05:49 - 06:37	Plano medio	María Paula Romo hablando a la cámara.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	María Paula Romo, ejercito, oficiales de tránsito, policía.	Hablar a la cámara.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Seriedad.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.	
	Plano general	Misa de un obispo transmitida			Hablar a la cámara.		Seriedad.		
	Gran plano general	Calles donde se ven pocos carros.							
	Plano general	Toma de los carros de la policía y el ejercito.							
	Plano medio	María Paula Romo hablando a la cámara.			Hablar a la cámara.		Seriedad.		Tono de voz de María Paula Romo, fuerte y claro.
	Plano general	Misa de un obispo transmitida			Hablar a la cámara.		Seriedad.		

	Plano detalle	Controles de una consola de audio.							
	Plano detalle	Pantalla con audition abierto y grabando.							
	Plano general	Policía nacional realizando control vehicular.		Control vehicular.					
	Plano medio	Agencia de tránsito realizando control vehicular.		Control vehicular.					
	Plano medio	Cadetes del ejercito realizando control vehicular.		Control vehicular.					
	Plano medio	Agencia de tránsito realizando		Control vehicular.					

			control vehicular.															
		Plano medio	Agencia de tránsito realizando control vehicular.			Control vehicular.												
		Plano general	Cadetes realizando control de tránsito.			Control vehicular.												
Bono protección familiar	06:38 - 07:21	Plano general	Personas afuera de BanEcuador esperando el bono.															
		Plano detalle	Persona contando dinero.															
		Plano detalle	Persona entregando un papel en una ventanilla.															

	Plano detalle	Persona barazando una funda.									
	Plano general	Familia feliz por recibir la ayuda del bono otorgado por el gobierno.									
	Primer plano	Persona esperando recibir su bono de protección familiar.									
	Plano general	Familias esperando recibir su bono.									
	Plano general	Familia esperando a recibir su kit.									
	Plano medio	Persona hablando a la cámara.									

	Plano medio	Funcionario público en su despacho hablando.			Hablar en su despacho.		Movimiento de la boca y de las manos.	
	Plano medio	Persona observando un cheque en blanco.			Observando un cheque en blanco.		Tristeza.	
	Plano general	Funcionaria pública yendo a entregar un kit.			Camino a entregar un kit.			
	Plano medio	Guardia de BanEcuador dándole indicaciones a las personas que están esperando.			Dar indicaciones a personas que están esperando.			
	Plano americano	Guardia de BanEcuador dándole indicaciones a las personas que están esperando.			Dar indicaciones a personas que están esperando.			

	Plano general	Personas ingresando a BanEcuador.					Tono de Iván Granda fuerte y claro.		
	Plano medio	Iván Granda hablando a la cámara.			Hablar a la cámara.		Seriedad.		
	Plano general	Adultos mayores ingresando en su domicilio.							
	Plano americano	Adulto mayor observando a desde su propiedad.			Observa los alrededores.		Sonrisa y hablar. Movimiento manos y boca.		
	Plano general	Personas que ya recibieron su kit de víveres.			Reciben el kit.		Sonrien y hablan.		
	Plano general	Persona de medio de comunicación entrevistando a adulto mayor.							

	Plano medio	Guardia de BanEcuador dándole indicaciones a las personas que están esperando.			Dar indicaciones a personas que están esperando.				
	Plano general	Personas desde una terraza aplauden el esfuerzo.			Aplausos de agradecimiento.		Aplauden y sonrien.		
	Plano medio	Persona observando a la cámara y sonriendo.					Sonrisa.		
	Plano medio	Persona observando sus plantas y sonriendo.					Sonrisa.		
	Primer plano	Persona sonriente.					Sonrisa.		
	Plano medio	Persona sonriente.							

	Plano general	Persona acostada en cama sonriente junto a su familia.					Todos sonríen y saludan con la mano.				
	Plano medio	Adultos mayores sonrien y realizan gesto a la cámara.					Sonrien y el señor levanta el dedo pulgar en señal de aprobación y que todo estará bien.				
	Gran plano general	Toma con dron de la fachada de Carondelet.									
Aparece el Slogan en medio de la pantalla.								Tono claro y fuerte del narrador masculino.			

3.5.2.2.5. Sábado 11 de abril de 2020

Título del video: Resumen de la Jornada de Emergencia Sanitaria.

Duración del video: 06 minutos 18 segundos

Link del video: <https://www.youtube.com/watch?v=G10C12ayLDE>

Imágen						Discurso y mensaje				Presencia del eslogan "El Gobierno es de todos"		
Secuencia	Duración	Planos	Descripción	Escenario	Personajes	Acción	Opinión del emisor	Gestos	Tonalidad	Presencia del eslogan	Número de apariciones	Número de menciones
Imágenes iniciales	00:00 - 00:17	Plano detalle	Tubos de ensayo y en uno de ellos cae una gota	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Personal de la salud, policía nacional, Lenín Moreno, Funcionarios públicos,		El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.	Si	Aparece 4 veces	Se lo menciona 2 veces

		Personal médico colocándose los lentes de protección como el último paso para estar protegidos del COVID-19		Familias afectadas y Militares.	Colocarse las gafas de protección.	pandemia del COVID-19.			Durante todo el video ubicado en la esquina superior derecha	Al inicio en la secuencia de imágenes iniciales.
	Primer plano									
	Plano medio	Personal de la policía dentro de un auto miran a la cámara y hacen señal de aprobación.			Personal de policía esperando dentro de un auto.		Sus ojos denotan que debajo de la mascarilla están sonriendo, mientras que a la cámara le realizan el gesto de levantar el dedo pulgar en señal de aprobación.		2 veces al costado de una clínica móvil en la secuencia Manabí.	Se lo menciona una vez al final del video, cuando aparece el slogan escrito.

		Gran plano general	Toma con drone de las afueras de Carondelet, se pueden observar tanto la iglesia como la plaza.						1 en la fachada del hospital Dr Verdi Cevallos en la secuencia Manabí.	
		Plano americano	Con travelling. Lenín Moreno dentro de su despacho teniendo una reunión a través de una plataforma virtual.		Observa la pantalla de un computador.	Su cara tiene un gesto de seriedad.				
		Plano medio	Con travelling. Lenín Moreno dentro de su despacho teniendo una reunión a través de una		Observa la pantalla de un computador.	Movimiento de la boca da a entender que está dialogando.				

		plataforma virtual.							
	Plano general	Funcionarios públicos llegan donde están los kits de víveres para abastecer a familias necesitadas.		Entran a una bodega		Movimiento con la mano que permite saber que les está mostrando el producto.			
	Plano americano	Funcionario público entregando kit de víveres a familias que lo necesitan.		Entrega de kits.		Agradecimiento por parte de la persona que recibe el kit.			
	Plano general	Personas cobrando su bono dentro de BanEcuador.		Personas haciendo fila para esperar el bono.					

		Plano general	Militarizados en las fronteras de Ecuador.			Caminar en la frontera del Ecuador.				
		Plano medio	Personal médico colocándose los lentes de protección como el último paso para estar protegidos del COVID-19			Se colocan las batas desechables y los lentes protectores como último paso antes de seguir combatiendo la pandemia.		Rostro serio.		
		Plano medio	Toma de camas de hospitales vacías.							
		Plano americano	Funcionarios públicos reunidos a las afueras de un establecimiento			Dialogando.		Movimiento de la mano ayuda a entender que están manteniendo una conversación		

								n con rangos de importancia .			
Pichincha	00:18 - 00:54	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.									
		Plano americano	Cadetes dirigiendo el tráfico dentro de la ciudad.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Cadetes, María Paula Romo, Personal médico, Policía nacional, Agentes de tránsito, Militares.	Lograr que el tráfico ande con fluidez.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Movimiento con la mano para dar a entender que el tráfico puede seguir avanzando.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
Plano detalle	Maquina revolviendo tubos de ensayo	Revolver los tubos de ensayo.									

		Plano medio	Personal de la salud revisando el paso de un suero.		Revisión del correcto funcionamiento de los implementos médicos				
		Plano detalle	Cultivo para realizar un examen.						
		Plano medio	Personal de la salud tomando la prueba para un examen.		Tomar la prueba con un hisopo dentro de la boca del paciente.	Calma al momento de realizar el examen.			
		Plano detalle	Pruebas rápidas de COVID-19.						
		Plano medio	Personal de la policía realizando control de circulación vehicular.		Control de circulación vehicular.				

		Plano general	Agentes de tránsito realizando control de circulación vehicular.			Control de circulación vehicular.					
		Plano general	Agentes de la policía formados en las afueras del edificio de la policía nacional.			Todos se encuentran en formación mientras que la persona al mando voltea a la cámara y saluda.		Realiza gesto con la mano llevándola a la cabeza como un saludo oficial.			
		Plano medio	Militar dentro de un auto viendo a la cámara.			Militar realiza una acción hacia la cámara.		Levanta el dedo pulgar con el puño cerrado en señal de ok			
		Plano americano	Personal de la policía realizando control de			Toma la hoja de salvo conducto para realizar el		Toma la hoja, la revisa y la devuelve a la persona	Tono de María Paula Romo fuerte y claro		

		circulación vehicular.		control vehicular.	que se la entregó			
	Plano medio	María Paula Romo hablando directamente a la cámara.		Hablar a la cámara.	Mirada fija en la cámara.			
	Plano general	Ejercito, personal de la policía y autoridad de tránsito realizando control vehicular en la carretera.		Control de circulación vehicular.				
	Plano medio	Autoridad de tránsito realizando la revisión de papeles en el control vehicular.		Control de circulación vehicular.	Revisa la licencia de conducir detenidamente.			

						por el conductor.			
		Gran plano general	Toma realizada con dron de la ciudad con las calles vacías.						
		Plano americano	Policía dando indicaciones al resto de los uniformados para poder iniciar operativo de control.		Dar indicaciones a los demás uniformados.	Observar el celular y luego levantar la mirada para comenzar a hablar.			
		Gran plano general	Toma realizada con dron de las carreteras.						
Manabí	00:55 - 02:50	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.							

		Plano general	Toma externa del hospital provincial Dr. Verdi Cevallos.							
		Plano americano	Otto Sonnenholzner, Juan Carlos Zevallos y Juan Sebastián Roldán hablan con otros servidores públicos.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Otto Sonnenholzner, Juan Carlos Zevallos, Juan Sebastián Roldán, Personal médico, Guisepe Alcívar, Fanny Suquilanda, Paramédicos.	Mantienen un diálogo entre sí.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Movimientos de las manos como si estuvieran explicando algo. Asientan la cabeza en señal de aprobación.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.	
		Plano medio	Toma de las clínicas móviles en el exterior del hospital de portoviejo							

	Plano americano	Otto Sonnenholzner, Juan Carlos Zevallos y Juan Sebastián Roldán reunidos con profesionales de la salud.		Mantienen un diálogo dentro de una bodega de implementos.	Movimiento de las manos.			
	Plano americano	Otto Sonnenholzner recorre dentro de la bodega con los implementos dentro de las cajas		Mantienen un diálogo mientras caminan.	Movimiento de las manos.			
	Plano medio	Médico del MSP le muestra a Otto Sonnenholzner el contenido las cajas con insumos.		Personal médico le explica a Sonnenholzner contenido de las cajas.	Manos en movimiento dando explicación.			

	Plano detalle	Detalle de una funda de mascarillas KN95							
	Plano medio	Guisepe Alcívar hablando con las autoridades sobre como se dan los utensilios de bioseguridad al personal médico.	Realiza explicación de que se entrega en cada kit al personal de la salud	Movimientos de las manos.	Tono de Guisepe Alcívar fuerte y claro.				
	Plano medio	Toma de la clínica móvil a las afueras del hospital.			Tono de Fanny Suquilanda fuerte y claro.				
	Plano medio	Otto Sonnenholzner sacando los implementos de las cajas.	Sacar los implementos de las cajas	Seriedad.					

		<p>Pramédica Fanny Suquilanda indica a la cámara que incluye la clínica móvil.</p>		<p>Muestra los beneficios que trae la clínica móvil.</p>	<p>Movimientos de las manos y cara para señalar los objetos.</p>			
		<p>Otto Sonnenholzner y Juan Carlos Zevallos revisan el interior de la clínica móvil y conversan con los paramédicos.</p>		<p>Reconocer lo que contiene la clínica móvil.</p>	<p>Movimientos con las manos y gestos que dan a entender que se está entablando una conversación.</p>			
		<p>Fachada del hospital de especialidades de portoviejo.</p>				<p>Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.</p>		

		Fachada del área de emergencias del hospital de especialidades de portoviejo.						
	Plano americano	Otto Sonnenholzner y autoridades reunidas en la bodega del hospital.	Se encuentran dialogando entre sí.	Movimientos de manos y cabeza.				
	Plano americano	Paneo de camas hospitalarias recién habilitadas.						
	Plano americano	Autoridades reunidas en la habitación con las nuevas camas hospitalarias.	Se encuentran dialogando entre sí.	Movimientos de manos y cabeza.				

	Plano general	Paneo de camas hospitalarias recién habilitadas.							
	Plano general	Autoridades dialogando con personas que se encuentran dentro del hospital de especialidades.	Otto Sonnenholzner habla con pacientes y familiares.		Movimiento de la cabeza y expresiones con el rostro da a entender que se está entablando un diálogo.				
	Plano americano	Autoridades aplauden desde las afueras del hospital a los profesionales de la salud.	Aplauden en señal de agradecimiento.		Aplauso.	Tono de Otto Sonnenholzner fuerte y claro.			

		Plano general	Otto Sonnenholzner felicita con aplausos y gestos a médicos por su labor.		Hacen gestos de agradecimiento a los médicos en la ventana.	Con el puño cerrado levanta ambos dedos pulgares en señal de aprobación y agradecimiento.			
		Plano medio	Otto Sonnenholzner habla directamente a la cámara.		Hablar a la cámara.	Mirada seria y directa.			
		Plano general	Fachada de hospital general de Chone.				Tono de voz de la narradora es		

	Plano americano	Autoridades conversando en las instalaciones del hospital general de Chone.		Otto Sonnenholzner se encuentra dialogando con el resto de autoridades.	Movimientos de las manos.	cálido, fuerte y claro.			
	Plano americano	Autoridades recorriendo las instalaciones del hospital general de Chone.		Recorriendo las instalaciones y hablando entre sí.	Movimientos de las manos.	Tono de Otto Sonnenholzner fuerte y claro.			
	Plano medio	Otto Sonnenholzner habla directamente a la cámara.		Hablar a la cámara.	Mirada seria y directa.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
	Plano general	Otto Sonnenholzner ingresando al hospital de Jipijapa.		Camina por los pasillos.					

	Plano americano	Otto Sonnenholzner conoce la bodega de medicamentos en el hospital de Jipijapa.		El observa mientras que un funcionario público habla.	Movimiento de las manos.			
	Plano medio	Juan Carlos Zevallos y Otto Sonnenholzner conversan con ciudadanos de Jipijapa para mejorar la situación de los ciudadanos.		Se crea un diálogo entre ambas partes.	Movimiento de cabeza y de las manos.			
	Plano americano	Personal de msp mostrándole a Otto Sonnenholzner los utensilios que poseen en una bodega		Se observan los implementos en las cajas.	Movimientos de las manos.	Tono de Juan Carlos Zevallos fuerte y claro.		

		para el personal.						
	Plano detalle	Batas desechables para el personal médico.						
	Plano medio	Juan Carlos Zevallos habla directamente a la cámara.	Hablar a la cámara.		Mirada seria.			
	Plano medio	Contrapicado. Personal de msp mostrándole a Otto Sonnenholzner los utensilios que poseen en una bodega	Se observan los implementos en las cajas.		Movimientos de las manos.			

		para el personal.							
		Plano medio	Ciudadanos que se reunieron a conversar con autoridades.		Dialogan.		Movimiento de las manos y la cabeza.		
		Plano medio	Juan Sebastián Roldán hablando directamente a la cámara.		Hablar a la cámara.		Ojos prácticamente cerrado debido al resplandor del sol al momento de la grabación.	Tono de Juan Sebastián Roldán claro y fuerte.	
Guayas	02:51 - 04:14	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.						Tono de voz de la narradora es	

		Plano medio	Juan Sebastián Roldán converdando con personal del INSPI.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Juan Sebastián Roldán, Personal del INSPI, Mishell Yépez, Peronal del ejercito, Pedro Pablo Duart, Jorge Wated,	Dialogando.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la	Movimientos de las manos y cara con el ceño un poco fruncido que denota preocupación.	cálido, fuerte y claro.			
		Plano americano	Juan Sebastián Roldán ingresando donde se encuentra el procesador de muestras para pruebas de la COVID-19.		Familias de El Conchal, Familias de Isla Mondragón, Juan DeHowitt.	Observa el interior de la maquinaria.	COVID-19.	Mirada seria.				

		Plano americano	Travelling desde donde se encuentra la máquina hasta las autoridades presentes.		Personal del INSPI explica el funcionamiento del dispositivo a Juan Sebastián Roldán.	Movimientos de las manos que ennumeran beneficios y luego señala la máquina detrás.			
		Plano americano	Toma interna de la máquina para pruebas COVID.						
		Plano medio	Mishell Yépez hablando directamente a la cámara.		Hablar directo a la cámara. Explicando el funcionamiento de la máquina.	Mirada fija en la cámara, seria.	Tono de Mishell Yépez fuerte y claro.		

		Plano medio	Juan Sebastián Roldán y autoridades viendo el funcionamiento del laboratorio a través de una de las ventanillas.		Observan a través de la ventana como trabajan los profesionales de la salud ahí dentro.	Persona señalando. Juan Sebastián Roldán se acerca a la ventana para observar mejor.			
		Plano americano	Autoridades ingresan donde se encuentra la máquina y el personal médico que los acompaña les da la libertad de recorrer el sitio.		Ingreso al sitio donde se encuentra la maquinaria.	Personal de salud ubicado a la izquierda de la autoridad le realiza una seña con el brazo dando la libertad de recorrer.	Tono de Juan Sebastián Roldán fuerte y claro.		

		Plano medio	Juan Sebastián Roldán hablando directamente a la cámara.		Hablar directo a la cámara indicando que se espera lograr.	Mirada directa a la cámara, confiada.			
		Plano detalle	Una parte de la máquina.						
		Plano medio	Toma interna de la máquina para pruebas COVID.						
		Plano americano	Travelling. Juan Sebastián Roldán recorriendo el centro de distribución de la gobernación del Guayas.		Recorrido del sitio.	Seria mientras la persona frente a él dialoga y mueve las manos.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		

		Plano americano no	Paneo. Autoridades acompañados por miembros de la policía y el ejército en el campo santo Paques de la Paz.							
		Plano medio	Tanques de oxígeno.							
		Plano americano no	Autoridades conversando sobre el uso de los tanques de oxígeno.		Constatar el proceso de inhumación en el cementerio de la Aurora.		Mirada seria.			
					Se crea un diálogo entre ambas partes.		Pedro Pablo Duart mueve las manos como si estuvieran realizando una conversación mientras Juan Sebastián		Tono de Pedro Pablo Duart fuerte y claro.	

		Plano medio	Pedro Pablo Duart hablando directo a la cámara sobre como se busca ayudar a las comunidades.		Habla frente a la cámara de como se está buscando resolver la problemática actual.		Roldán lo escucha.		
		Plano americano	Autoridades recorren instalaciones de centro de abastos de Guayaquil.		Recorrido de las instalaciones.		Movimiento de manos al hablar. Mirada seria de concentración. Mirsa fijamente a la cámara.		
							Pedro Pablo Duart gira su cabeza al final de la toma para hacer alusión de que habla		

						con todos y no solo con Juan Sebastián Roldán.				
	Plano medio	Ambulancia de Medicina Legal llegando a recoger el cuerpo de una persona que falleció a causa de la COVID-19.		Ambulancia llegando a mover un cadáver.						
	Plano medio	Jorge Wated hablando directo a la cámara sobre la acción que se está tomando con el retiro de los cuerpo de fallecidos.		Hablar frente a la cámara de como se ha optimizado el proceso de retiro de cadáveres.		Mirada seria	Tono de Jorge Wated fuerte y claro.			

		Plano america no	Personas cargando cajas con cíceros dentro de una camioneta.		Personas cargando y acomodando cajas dentro de una camioneta para transportarla a las comunidades.				
		Plano general	Personas descargando las cajas para llevarlas dentro de la comunidad.		Personas cargando las cajas sobre los hombros.				
		Plano general	Kits colocados fuera de las para poder ser entregados a las familias de El Conchal.		Arreglando los kits para ser entregados a las familias.		Tono de Juan DeHowitt fuerte y claro.		

		Personas descargando cajas con kits sobre un carrito para poder transportarlos, están escoltados por personal de la policía y militar.							
	Plano america no		Personas descargando cajas de kits.						
	Plano medio	Juan DeHowitt hablando directo a la cámara sobre la labor realizada por las autoridades.	Hablando directo a la cámara.		Mirada tranquila que inspira esperanza.				
	Plano america no	Camioneta con cajas llenas de kits arrivando al sitio de interés.							

Los Ríos	04:15 - 04:38	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.					Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.						
		Plano americano	Personas acomodando los biombos para adecuar los nuevos albergues.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Funcionarios públicos, Camilo Salinas, Ciudadanos que necesitan albergues.	Sacando el plástico protector que venía con el biombo.		El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Tono de Camilo Salinas fuerte y claro.				
		Plano general	Paneo de camas en los nuevos albergues.										
		Plano general	Paneo general del albergue que permite ver que se cumple con las normas de bioseguridad.										
Plano medio	Camilo Salinas hablando frente a la cámara de la situación de los albergues.	Hablar frente a la cámara.	Mirada seria directa a la cámara.										

		Plano general	Personas trabajando en adecuar los espacios donde estarán los otros albergues.			Tomando medidas para armar un espacio con todas las especificaciones requeridas.								
Zamora Chinchipe	04:39 - 04:54	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.												
		Plano americano	Imagen donde se observa a un uniformado entregando kit alimenticio a ex combatientes.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Militares, Ex combatientes del ejercito.	Entrega de kits.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Sonrisa en el rostro de la persona que lo recibe.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.					
Plano general	Imagen donde se observa a un uniformado entregando kit alimenticio a ex combatientes.			Entrega de kits.		Mirada seria en la persona que lo recibe.								

		Plano medio	Personal del ejercito entregando kits de víveres a Ex combatiente.			Entrega de kits.		Cara seria de quien lo recibe, mientras que el soldado que lo entrega le da unas palabras.	Soldado en tono fuerte y claro le habla			
		Plano medio	Ex combatiente recibe kit de víveres.			Entrega de kits.						
		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.										
Imbabura	04:55 - 05:13	Plano general	Voluntarios separando los víveres para poder realizar los kits para quienes más los necesitan.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Funcionarios públicos, Voluntarios, Álvaro Castillo, Personas recibiendo kits.	Separación de implementos que irán en los kits.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Concentración.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Plano medio	Voluntarios separando los víveres para poder realizar los kits para			Separación de implementos que irán en los kits.		Concentración.				

		quienes más los necesitan.							
	Plano medio	Voluntario amarrando una funda de arroz para colocar en el kit de alimentos.		Voluntario ayudando.		Concentración.			
	Plano americano	Álvaro Castillo realiza entrega de kits en los sectores urbano marginales.		Entrega de kits a familias que los necesitan.		Mujer coloca manos juntas y asiente con la cabeza como agradecimiento al recibir el kit.	Tono de Álvaro Castillo fuerte y claro.		

		Plano americano	Álvaro Castillo realiza entrega de kits en los sectores urbano marginales.		Entrega de kits a familias que los necesitan.	Mujer sonríe y agradece al recibir kits alimenticios.			
		Plano medio	Álvaro Castillo habla a la cámara y comenta cuál será el plan a seguir en la entrega de víveres.		Hablando directo a la cámara.	Mirada fija en la cámara.			
Carchi	05:14 - 05:49	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.					Tono de voz de la narradora es		

		Gran plano general	Autoridades civiles y militares caminando en la frontera de Ecuador.			Evitar el pase de migrantes por la frontera.			cálido, fuerte y claro.			
		Plano americano	Autoridades colombianas y ecuatorianas saludándose formalmente en la frontera.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Autoridades civiles, Autoridades militares, Autoridades políticas, Óscar Ruano, Jorge Hoyos, Gustavo Acosta Yacelga.	Evitar el pase de migrantes por la frontera.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Se colocan la mano en posición horizontal en la frente como un saludo formal de las fuerzas armadas.				
		Plano medio	Autoridades civiles y militares mantienen diálogo en la frontera.			Evitar el pase de migrantes por la frontera.		Movimiento de la cabeza y gesticulación con la boca que				

		Plano americano	Autoridades civiles y militares en la frontera ecuatoriana.		Evitar el pase de migrantes por la frontera.		provoca que la mascarilla se mueva.				
		Plano medio	Óscar Ruano habla a la cámara.		Indica lo que se espera lograr con el resguardo de las fronteras.		Mirada seria.	Tono de Óscar Ruano fuerte y claro.			
		Plano general	Personal militar ubicado en la frontera de Ecuador.		Evitar el pase de migrantes por la frontera.		Mirada seria.				
		Plano medio	Jorge Hoyos, ejercito colombiano,		Mantener las divisiones permanentes.		Mirada seria.		Tono de Jorge Hoyos fuerte y claro.		

		hablando a la cámara.							
	Plano medio	Autoridades militares ecuatorianas y colombianas dialogando entre sí.		Evitar el pase de migrantes por la frontera.		Mirada seria mientras que Hoyos le explica algo, se nota por los gestos que realiza con la mano.	Tono de Gustavo Acosta fuerte y claro.		
	Plano general	Personal militar subiendo a su camión para ser transportado a su posición.		Evitar el pase de migrantes por la frontera.					
	Plano medio	Gustavo Acosta, comandante de Amazonas, habla directo a la cámara.		Indica como se logra mantener una frontera fuerte de ambos lados.		Movimientos de mano al momento de hablar.			

		Plano general	Autoridades policiales y militares para en la frontera del país.			Evitar el pase de migrantes por la frontera.		Mirada seria.				
		Gran plano general	Autoridades militares y civiles en la frontera del país.			Evitar el pase de migrantes por la frontera.						
		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.										
A escala nacional	05:50 - 06:18	Plano general	Autoridades civiles y personal policial reunidos en un estacionamiento.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Funcionarios públicos, Policía, Personas que recoben y que entregan kits.	Dirigirse a entregar los kits alimenticios.		El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		

		Plano detalle	Pies caminando hacia donde serán entregados los kits alimenticios.								
		Plano medio	Funcionarios públicos hablando con una familia sobre la entrega del kit alimenticio.			Movimiento de cabeza.		La señora de la mascarilla a cuadros tiene rostro de confusión.			
		Plano general	Personal de la policía informando a las familias de la entrega de kits de víveres.			Entrega de kits.		Movimiento de manos del policía al explicar, cara seria de laa personas que van a recibirlo.			

	Plano medio	Adultas mayores esperando que se les entregue los kits alimenticios.			Entrega de kits.		Rostro de ilusión y espera.				
	Gran plano general	Funcionarios públicos entregando kit alimenticio a persona.			Entrega de kits.						
	Plano americano	Funcionarios públicos entregando kit alimenticio a persona.			Entrega de kits.		Cara de agradecimiento por parte de quien lo recibe.				
	Gran plano general	Funcionarios públicos caminando al resto de sectores de donde deben entregar									

		los kits alimenticios.								
	Plano americano	Funcionarios públicos entregando kit alimenticio a persona.		Entrega de kits.		Sonrisa en forma de agradecimiento de la señora a la que se entrega un kit alimenticio.				
	Plano medio	Funcionario público hablando a una cámara.								
	Plano general	Voluntarios descargando kits alimenticios de un camión para entregar.								

Plano americano	Mujer hablando al otro lado de su enrejado luego de recibir el kit alimenticio.			Entrega de kits.		Movimiento de la boca y movimiento de las manos.					
Plano medio	Hombre de la tercera edad agradece con un gesto el haber recibido un kit alimenticio.					Manos juntas como para rezar en modo de agradecimiento a Dios.					
Gran plano general	Toma del atardecer realizada con drone.										
Aparece el Slogan en medio de la pantalla.							Tono claro y fuerte del narrador masculino.				

3.5.2.2.6. Lunes 13 de abril de 2020

Título del video: Resumen de la Jornada de Emergencia Sanitaria.

Duración del video: 04 minutos 25 segundos

Link del video: <https://www.youtube.com/watch?v=VEh1TRWBXCs>

Imágen						Discurso y mensaje				Presencia del eslogan "El Gobierno es de todos"		
Secuencia	Duración	Planos	Descripción	Escenario	Personajes	Acción	Opinión del emisor	Gestos	Tonalidad	Presencia del eslogan	Número de apariciones	Número de menciones
Imágenes iniciales	00:00 - 00:21	Gran plano general	Toma con drone que muestra todo el hospital del IESS de los Ceibos.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Personal de salud, Autoridades, Lenín Moreno, Otto Sonnenholzner, María Paula Romo.		El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.	Si	Aparece 1 vez	Se lo menciona 1 vez
		Gran plano general	Toma de la fachada del área de emergencias del IESS de los Ceibos.									

								superior derecha	slogan escrito.
		Plano general	Toma del interior de una sala de operaciones.						
		Plano medio	Doctores realizando procedimiento quirúrgico.		Enfermera le seca el sudor a doctor con gaza.				
		Plano detalle	Médico colocando muestras en tubos para realizar pruebas.						
		Plano general	Personal del IESS doblando las dotaciones de los doctores luego de ser						

		debidamente aseadas.							
		Plano general	Auto siendo detenido en control vehicular.						
		Plano americano	Juan Carlos Zevallos revisando utensilios que utiliza el personal de la salud.		Sacándolos de una caja para revisarlos.		Seriedad.		
		Plano general	Juan Carlos Zevallos recorriendo en un hospital acompañado de profesionales de la salud.		Caminando por los pasillos de un hospital.		Seriedad.		

		Plano americano	Lenín Moreno en reunión presencial con otros funcionarios políticos.							
		Plano medio	Lenín Moreno en reunión presencial con otros funcionarios políticos.		Se encuentra hablando con ellos.		Firme y serio.			
		Plano medio	Overshoulder. Lenín Moreno en reunión presencial con otros funcionarios políticos.							
		Plano medio	Ambulancia ingresando a emergencias del IESS de los Ceibos.							

		Plano medio	Otto Sonnenholzner hablando con usuarios del IESS.			Diálogo con usuarios		Serio.			
		Plano americano	María Paula Romo en control vehicular.			Control vehicular		Sonriente.			
		Plano medio	Otto Sonnenholzner hablando con usuarios del IESS.			Diálogo con usuarios		Serio.			
		Plano medio	Autoridad en un taller de madera.								
		Plano americano	Profesionales de la salud cuidando a personas.			Revisando al paciente.		Levantar el dedo pulgar en señal de aprobación.			
		Plano detalle	Utensilio médico								

		Plano medio	Personal del IESS trabajando en el hospital movil.				Levantando el dedo pulgar en señal de aprobación.					
Guayas	00:22 - 03:57	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.										
		Plano medio	Otto Sonnenholzner hablando con usuarios del IESS.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Otto Sonnenholzner, Personas en hospitales, Pedro Pablo Duart, Juan Sebastián Roldám, Cruz roja ecuatoriana, Juan Carlos Zevallos, Personal del INSPI, Médicos rurales, Jorge Wated, Personal de	Entablando un diálogo con un usuario.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Movimientos de las manos.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Plano medio	Overshoulder. Otto Sonnenholzner hablando con usuarios del IESS.					Movimiento de las manos y cabeza.				
Plano medio	Otto Sonnenholzner y Pedro Pablo Duart caminando en las instalaciones del IESS.	Caminando en las afueras de la instalación.	Cara de preocupación por parte de Sonnenholzner.									

		Plano medio	Otto Sonnenholzner hablando con usuarios del IESS.	medicina legal, Luis Aizaga.	Entablando un diálogo con un usuario.	Movimiento de las manos y cabeza.			
		Plano medio	Juan Sebastián Roldán hablando con una persona en la parte de afuera del área de emergencia del IESS.		Diálogo.	Movimiento de la cabeza.			
		Plano medio	Juan Sebastián Roldán dialogando con un usuario del IESS.		Diálogo con usuarios	Movimiento de brazo en el que lo dirige con el personal de salud.			

		Plano medio	Otto Sonnenholzner ingresando a la carpa hospitalaria.
		Plano general	Paneo de las instalaciones dentro de la carpa.
		Plano general	Otto Sonnenholzner parado en el ingreso del hospital móvil dialogando con usuarios del IESS.
		Plano medio	Tilt up de las camillas dentro del hospital móvil.

		Ingreso a la carpa hospitalaria.	Movimiento de la mano de Sonnenholzner da a entender que quiere que se observe toda el área del hospital móvil.			
		Diálogo con usuarios	Movimiento de las manos, los brazos y la cabeza.			

		Plano medio	Otto Sonnenholzner ingresando al hospital móvil acompañado de usuarios.
		Plano general	Otto Sonnenholzner dialogando con usuarios del IESS dentro del hospital móvil de los Ceibos.
		Plano general	Otto Sonnenholzner dialogando con usuarios del IESS dentro del hospital móvil de los Ceibos.

		Ingreso a la carpa hospitalaria.	Brazos en posición de duda y rostro con un leve gesto de preocupación.			
		Diálogo con usuarios	Movimiento de manos y de cabeza dependiendo de cuál de los presentes le esté hablando.			
		Diálogo con usuarios	Movimiento de manos y de cabeza dependiendo de cuál de los presentes le esté hablando.			

		Plano americano	Otto Sonnenholzner revisando la instalación del túnel de ozono en las afueras de emergencias del IESS de los Ceibos.						
		Plano detalle	Dispositivo por el que sale el líquido en el túnel de desinfección.						
		Plano medio	Túnel de desinfección.						
		Plano medio	Otto Sonnenholzner hablando sobre los ofrecimientos frente a la cámara.	Hablando frente a la cámara.	Sus cejas muestran una curva de preocupación.	Tono de Otto Sonnenholzner fuerte y claro.			

		Gran plano general	Toma con drone que muestra todo el hospital del IESS de los Ceibos.						
		Plano general	Se muestra la fachada del hospital básico Durán.						
		Plano medio	Túnel de desinfección en el hospital de Durán.						
		Plano americano	Personas utilizando el túnel de sanitización antes de ingresar a emergencias en el IESS de los Ceibos.						

		Plano detalle	Dispositivo por el que sale el líquido en el túnel de desinfección.
		Plano medio	Personas terminando de trabajar en la instalación del túnel de desinfección.
		Plano americano	
		Plano americano	Toma del exterior del hospital móvil.

			Maniobrando la tapa donde va el líquido y el seguro.			
			Movimiento correcto de frente y espalda para la utilización de túnel de desinfección.	Seriedad.		

		Primer plano	Otto Sonnenholzner parado en el ingreso del hospital móvil dialogando con usuarios del IESS.		Diálogo con usuarios	Seriedad, movimientos de las manos.			
		Plano general	Otto Sonnenholzner dialogando con usuarios del IESS dentro del hospital móvil de los Ceibos.		Diálogo con usuarios	Movimiento de los brazos para expresarse mejor al momento de hablar.			
		Plano americano	Paneo de las camas dentro del hospital móvil.						
		Plano americano	Otto Sonnenholzner dialogando con usuarios del IESS dentro del		Diálogo con usuarios	Movimiento de los brazos para expresarse mejor al			

		hospital móvil de los Ceibos.
	Plano americano	Profesional de la salud hablando con autoridades fuera del área de emergencia del IESS de los Ceibos.
	Plano medio	Pedro Pablo Duart hablando directamente a la cámara.
	Plano medio	Juan Sebastián Roldán hablando con autoridades fuera del hospital móvil.

		momento de hablar.			
	Diálogo.	Movimiento de los brazos de quien habla mientras que el resto de personas se queda escuchando atentamente.			
	Hablando frente a la cámara.	Mirada neutra.	Tono de Pedro Pablo Duart fuerte y claro.		
	Diálogo.	Mirada fija en quien está frente a él mientras la persona mueve	Tono de voz de Juan Sebastián Roldán.		

Plano medio	Juan Sebastián Roldán hablando a la cámara.	
Plano americano	Juan Carlos Zevallos recorriendo en un hospital acompañado de profesionales de la salud.	
Plano medio	Tilt down de la máquina para pruebas COVID.	
Plano detalle	Panel de control de la máquina.	

	las manos para comunicarse.		
Hablando frente a la cámara.	Mirada fija.		
Recorrido por el hospital.	Movimiento de los brazos pues se encuentra dialogando.		

		Plano detalle	Donde se tienen los utensilios para tomar las muestras.
		Plano detalle	Bandeja donde van las distintas muestras.
		Plano medio	Juan Carlos Zevallos revisando utensilios que utiliza el personal de la salud.
		Plano americano	JuanCarlos Zevallos revisando los implementos necesarios para los profesionales de la salud.

		Revisando utensilios detenidamente.	Mirada fija en el producto.		
		Tener conocimiento de los utensilios que utilizan el personal de la salud.	Mirada fija en el producto.		

		Plano medio	Juan Carlos Zevallos hablando con uno de los médicos rurales.
		Plano americano	Médico rural demostrando sus habilidades ante Juan Carlos Zevallos.
		Plano detalle	Prueba realizada sobre la máquina para ver su correcto funcionamiento.
		Plano medio	Juan Carlos Zevallos hablando frente a la cámara.
		Plano americano	Secuenciador automatizado para realizar

		Diálogo.	Mirada fija en el sujeto.			
		Correcta colocación de un respirador.	Mirada fija en el sujeto.			
		Hablando frente a la cámara.	Mirada fija en el espectador.	Tono de Juan Carlos Zevallos fuerte y claro.		

		pruebas COVID.
Plano detalle	Parte del secuenciador automatizado.	
Plano detalle	Muestras siendo analizadas en el secuenciador.	
Plano detalle	Reactivo utilizado para las pruebas.	
Plano detalle	Profesional de la salud en un microscopio.	

Máquina combinando los reactivos para tener resultado a la prueba.				
Profesional de la salud colocándolo en las pruebas.				
Revisando reusltados de las pruebas a través del microscopio.				

		Plano medio	Profesional de la salud realizando toma de muestra para un cultivo de garganta a paciente.		Realizando la toma de muestra para cultivo de garganta.	Molestia por parte del paciente por la sensación de tener abierta la boca para la toma.			
		Plano detalle	Pruebas rápidas de COVID-19.						
		Plano medio	Juan Carlos Zevallos hablando frente a la cámara.		Hablando frente a la cámara.	Mirada fija al espectador.			
		Plano americano	Profesional de la salud caminando por las instalaciones de un hospital.		Caminando por los pasillos de un hospital.	Mira a la cámara, sonríe y levanta el dedo pulgar en señal de aprobación.			
		Plano americano	Profesional de la salud a punto de entrar a		Próxima a entrar a atender a los pacientes.	Mira a la cámara, sonríe y levanta el dedo pulgar en			

		atender a los pacientes.			señal de aprobación.			
		Mosaico de imágenes de médicos rurales.						
	Primer plano	Profesional de la salud colocándose la mascarilla correctamente.		Colocarse la mascarilla.		Cara de cansancio.		
	Plano americano	Profesionales de la salud trabajando con muestras para exámenes.		Maniobrando muestras tomadas de distintos pacientes.		Concentración.		
	Plano medio	Juan Carlos Zevallos hablando frente a la cámara.		Hablando frente a la cámara.		Mirada fija al espectador.		

		Plano medio	Autoridades reunidas en las instalaciones del ECU911.
		Plano general	Autoridades reunidas en las instalaciones del ECU911.
		Plano medio	Jorge Wated conversando con las autoridades en las oficinas del ECU911
		Plano medio	Jorge Wated conversando con las autoridades en las oficinas del ECU911

		Diálogo.	Movimiento de las manos y cabeza.			
		Diálogo.	Movimientos de las manos que hacen alusión a estar hablando.			
		Diálogo.	Mirada decidida.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
		Diálogo.	Movimiento de las manos y mirada decidida.			

		Plano general	Autoridades reunidas en las instalaciones del ECU911.
		Plano americano	Personal de criminalística dirigiéndose a retirar el cuerpo de una persona fallecida por COVID-19.

		Diálogo.	Movimientos de brazos que ayudan a que el espectador conozca que se refiere a algo dentro de la sala de conferencia.			
		Bajando las escalera hasta un domicilio.				

		Personal de criminalística, acompañados de un agente de la policía, están parados alrededor de la ambulancia de medicina legal para realizar un levantamiento de cadáver.						
	Plano americano	Familiar de fallecido observa al personal de criminalística anotar los datos correspondientes a la persona.		Anotando los datos del fallecido para poder realizar el levantamiento de cadáver.				
	Plano americano	Personal de criminalística anota		Anotar los datos proporcionados por la cédula de la persona fallecida.	Concentración.			
	Plano medio			Anotar los datos necesarios para poder	Concentración.			

		información en la hoja de datos.
	Plano general	Equipo de criminalística cerrando la ambulancia luego de haber colocado el cuerpo del occiso dentro de la misma.
	Plano detalle	Hoja que estaba llenando el equipo de criminalística.
	Plano americano	Llegada de la ambulancia de medicina legal a otro sector.

		continuar con el proceso.
		Cerrando la parte de atrás de la ambulancia.
		Familiar de la persona fallecida revisa la información ahí escrita.
		Parquear la ambulancia de retro lo más cerca de la puerta del domicilio.

		Plano general	Con travelling. Personal de criminalística preparando el cuerpo de una persona para subirlo a la ambulancia.		Preparar un cuerpo.		Alicción por parte del chico de la pared que tiene la cabeza baja.					
		Plano general	Personal de criminalística asegurando la bolsa donde fue colocado el cuerpo de la persona fallecida.		Cerrar los cierres y colocar cinta para asegurar.							
		Plano general	Personal de criminalística colocando el cuerpo dentro de la ambulancia luego de haber tomado todas		Colocar el cuerpo dentro de la ambulancia de medicina legal.			Tono de Jorge Wated fuerte y claro.				

		las precauciones necesarias.
	Plano americano	Ambulancia de medicina legal llegando al punto donde se realizará el levantamiento de un cadáver.
	Plano medio	Jorge Wated hablando a la cámara sobre la situación de los fallecidos.
	Plano americano	Persona trabajando con madera.

		Ambulancia llegando al punto.		
		Hablando frente a la cámara.	Mirada directa al espectador.	
		Acomodando tablas de madera una sobre otra.	Concentración.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.

	Plano americano	Autoridades visitando una fabrica de madera y conversando con los trabajadores.
	Plano americano	Autoridades visitando una fabrica de madera y conociendo los productos.
	Plano americano	Autoridades visitan con Luis Aizaga en su carpintería y conversan con él.

Visitando fabrica de madera.	Expresión de asombro.			
Visitando fabrica de madera.	Expresión de asombro y movimiento de las manos al agarrar la madera.			
Visitan a carpintero y conversan con él de su labor.	Movimiento de la mano por parte de Arizaga lo que da a entender que es él quien demina la conversación, ya que están hablando de su trabajo.			

		Plano medio	Paneo de los ataúdes de madera que Aizaga donaba a los más necesitados.						
		Plano general	Autoridades visitan con Luis Aizaga en su carpintería y conversan con él.	Visitan a carpintero y conversan con él de su labor.	Movimientos de manos de Arizaga dan a entender que él es quien domina la conversación.				
		Plano medio	Toma de los ataúdes de madera ya terminados.						
		Primer plano	Jorge Watted escuchando a Aizaga hablar.	Escuchando a Aizaga hablar.	Mirada seria.				
		Plano medio	Interior del ataúd de madera.						

		Plano medio	Juan Sebastián Roldán recorre el taller donde tienen y fabrican los feretros.
		Plano medio	Jorge Wated hablando a la cámara sobre la labor de Aizaga con los ataúdes de madera.
		Plano general	Personal del taller trabajando en los ataúdes de madera.
		Plano medio	Tilt up de los ataúdes de madera.
		Plano medio	Jorge Wated hablando a la cámara sobre la labor de Aizaga

			Recorre el taller de carpintería.					
			Hablando frente a la cámara.	Mirada seria.				
			Trabajando en la creación del ataúd de madera.	Mirada sorprendida y feliz por la labor de Aizaga.	Tono de Jorge Wated fuerte y claro.			
			Hablando frente a la cámara.	Mirada sorprendida y feliz por la				

		con los ataúdes de madera.
Plano americano	Aizaga conversando con las autoridades en su taller.	
Plano medio	Paneo que permite observar los ataúdes de madera terminados.	
Plano medio	Juan Sebastián Roldán hablando a la cámara de la labor de Luis Aizaga.	

		labor de Aizaga.			
	Conversando.	Movimientos de las manos de Aizaga y la mirada de todas las autoridades fijadas en él.			
			Tono de Juan Sebastián Roldán fuerte y claro.		
	Hablando frente a la cámara.	Mirada relajada.			

		Plano americano	Persona cargando una tabla de madera a la mesa para comenzar a trabajar en ella.
		Plano medio	Trabajador del taller cortando madera en la cortadora industrial.
		Plano medio	Luis Aizaga hablando a la cámara.
		Plano medio	Luis Aizaga conversando con las autoridades.

			Cargando una tabla de madera y colocándola en la mesa.				
			Realizando cortes con una maquina industrial.				
			Hablando frente a la cámara.				
			Conversando con las autoridades.				
				Concentración.			
				En su mirada refleja diversión.			
				Cansancio pero gozo, puede que no se lea en su rostro pero se lo aprecia en sus palabras.			
				Movimiento de las manos de Aizaga mientras que todos lo observan detenidamente.			
					Tono de Luis Aizaga fuerte y claro.		

		Plano medio	Luis Aizaga hablando a la cámara.			Hablando frente a la cámara.		Cansancio pero gozo, puede que no se lea en su rostro pero se lo aprecia en sus palabras.			
Pichincha	03:58 - 04:24	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.									
		Plano general	María Paula Romo hablando con personal de la policía nacional que se encuentra en el control vehicular.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	María Paula Romo, Miembros de la policía nacional, Personas que participan del control vehicular.	Hablando con los policías encargados del control vehicular	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Movimiento de las manos y sonrisas de parte de María Paula Romo.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
		Plano medio	María Paula Romo hablando con personal de la policía nacional que se encuentra en el control vehicular.			Hablando con los policías encargados del control vehicular		Movimiento de las manos y sonrisas de parte de María Paula Romo.			

		Plano americano	María Paula Romo junto a dos personas de la policía nacional se acerca a realizar el control vehicular.		Acercarse al auto para realizar el control vehicular.				
		Plano medio	Personal de la policía solicitando documento a parte del salvoconducto para corroborar la información del conductor.		Solicitar la cédula y/o licencia al conductor del bus.	Colocar la mano en la forma que tendría la licencia al ser sostenida solo con dos dedos.			
		Plano medio	María Paula Romo realizando la verificación de datos a través de la ventana de un vehículo.		Observando la licencia desde el otro lado del vidrio.	Sonríe y asienta con la cabeza dándole el positivo.			

		Plano medio	María Paula Romo se acerca a un auto para realizar el control vehicular.		Camina hacía la ventada abierta del auto donde el conductor ya tiene los documentos a la mano.	Seriedad por parte del conductor.			
		Plano americano	María Paula Romo se acerca a un auto para realizar el control vehicular.		Observa los documentos que presenta el conductor.	Sonríe y asienta con la cabeza dándole el positivo.			
		Plano medio	Persona dentro del auto muestra salvoconducto y credencial para poderse movilizar.		Muestra sus documentos con la credencial al revés, por lo que el policía le pide por favor que la gire.	Movimiento con la mano con el que el policia le indica al conductor que gire su credencial.	Tono de María Paula Romo fuerte y claro.		

		Plano general	Auto en movimiento baja la velocidad al llegar al control vehicular.		Auto en movimiento que luego frena.				
		Plano medio	Con movimiento. Personas dentro del carro ven a María Paula Romo acercarse a realizar el control vehicular.		Espera con los policías que las personas muestren sus documentos.	Mirada seria.			
		Plano medio	María Paula Romo hablando frente a la cámara sobre el pique y placa.		Hablando frente a la cámara.	Mirada seria.			
		Plano medio	Profesional de la salud vacunando a una persona.		Vacunación.				

		Aparece el Slogan en medio de la pantalla.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
--	--	--	--	--	--	--

3.5.2.2.7. Martes 14 de abril de 2020

Título del video: Resumen de la Jornada de Emergencia Sanitaria.

Duración del video: 06 minutos 16 segundos

Link del video: <https://www.youtube.com/watch?v=6NP5RTqqs1k>

Imágen						Discurso y mensaje				Presencia del eslogan "El Gobierno es de todos"		
Secuencia	Duración	Planos	Descripción	Escenario	Personajes	Acción	Opinión del emisor	Gestos	Tonalidad	Presencia del eslogan	Número de apariciones	Número de menciones
Imágenes iniciales	00:09 - 00:41	Plano general	Miembros de la policía nacional llegando en el aeropuerto.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Policía Nacional, Juan Sebastián Roldán, Autoridades.	Caminando a su próximo destino calgando sus bolsas	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del		Tono de Juan Sebastián Roldán fuerte y claro.	Si	Aparece 1 vez	Se lo menciona 1 vez
		Plano general	Paneo de miembros de la policía nacional en formación realizando el			En formación realizando saludo con respeto.						Seriedad.

		saludo especial.			COVID-19.			superior derecha	aparece el slogan escrito.
	Plano medio	Personal de la salud tomando la temperatura del personal de la policia nacional.		Tomando la temperatura.		Seriedad.			
	Plano medio	Personal de la salud tomando la temperatura del personal de la policia nacional.		Tomando la temperatura.		Seriedad.			
	Plano medio	Personal de la policia sentado en un auto realizando un gesto a la cámara.		Sentados en un auto.		Leve sonrisa con el dedo pulgar elevado en señal de aprobación.			

		Plano general	Miembros de la policía nacional formados afuera de su edificio.			Formados.	El encargado realiza movimiento con la mano en señal de saludo.			
		Plano medio	Juan Sebastián Roldán hablando a los uniformados y agradeciéndole por su labora.			Hablando a los uniformados.	Ojos entre cerrados debido al resplandor solar.			
		Plano general	Paneo de los miembros de la policía mientras Juan Sebastián Roldán les habla.			Parados en posición firme	Seriedad.			
		Plano medio	Juan Sebastián Roldán hablando a los uniformados y			Hablando a los uniformados.	Ojos entre cerrados debido al resplandor solar.			

		agradeciéndole por su labora.								
	Plano medio	Paneo de autoridades conversando sobre el tema de la COVID-19			Diálogo.		Seriedad.			
	Plano detalle	Persona colocando hisopo dentro del aparato para dejar la muestra.			Coloca la muestra dentro de la maquina.			Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
	Plano detalle	Pruebas pasando dentro de la máquina.			Muestras moviéndose a lo largo de la máquina.					
	Gran plano general	Toma con drone de la								

		fachada de Carondelet.							
	Plano americano	Personas cargando cajas.			Cargar cajas.				
	Plano americano	Autoridades realizando recorridos en los hospitales.			Realizar recorridos en los hospitales.				
	Plano general	Personas descargando víveres de una avioneta para poder seguir armando los kits de víveres.			Persona empujando grúa con víveres.				
	Plano general	Personas descargando víveres y colocándolos en el carrito para llevarlos a			Personas sacando cajas de víveres y acomodándolas en el carrito.				

		donde serán repartidos.							
	Plano medio	Persona pasando caja una a otra.			Pasar las cajas.		Sonrisa		
	Plano americano	Personas ordenando cajas con objetos de primera necesidad en la parte de atrás de un camión.			Ordenar cajas.				
Guayas		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.							

			Toma con drone las personas colocando los cilindros de oxígeno dentro de un camión para ser llevado donde las personas que más los necesiten.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Pedro Pablo Duart, Militares, Petroecuador, Trabajadores de la salud, Enfermero Celio Vera, Paola Merchán.	Ordenar cilindros de oxígeno.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Concentración.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
	00:42 - 01:58	Gran plano general	Personal especializado maniobrando los tanques de oxígeno para que sean correctamente transportados.			Maniobrando los tanques de oxígeno.						

		Personal especializado maniobrando los tanques de oxígeno para que sean correctamente transportados.			Maniobrando los tanques de oxígeno para subirlos al camión.		Concentración.			
		Con drone. Personas acomodando cilindros de oxígeno en la parte de atrás de un camión.			Acomodando tanques de oxígeno.					
		Militares ayudan a trepar y acomodar los cilindros de oxígeno.			Trepar y acomodar cilindros de oxígeno.					
		Persona revisando información en un papel.			Revisando información en un papel.		Concentración.			

		Plano general	Personas moviendo los tanques de oxígeno.			Mover los tanques de oxígeno.		Concentración.				
		Plano medio	Personal del ejercito ayudando abriendo el camión para subir mas cilindros de oxígeno.			Abrier la puerta trasera del camión.						
		Plano medio	Personas cargando tanques de oxígeno.			Cargar tanques de ocígeno.			Tono de Pedro Pablo Duart fuerte y claro.			
		Plano medio	Pedro Pablo Duart hablando frente a la cámara y agradeciendo a las instituciones			Hablando a la cámara.		Mirada neutra.				

		públicas y privadas por su ayuda.							
	Plano medio	Personas colocando el oxígeno dentro del camión con cuidado.		Colocar el oxígeno dentro del camión.					
	Primer plano	Militares colocando correctamente el oxígeno.		Colocar correctamente el oxígeno.					
	Plano general	Personas colocando el oxígeno dentro del camión con cuidado.		Colocar el oxígeno dentro del camión.					

		Plano detalle	Tanques de oxígeno.		Militares colocando los tanques de oxígeno.				
		Primer plano	Militares realizando gesto amistoso a la cámara luego de colocar los tanques de oxígeno.		Realizar gesto amistoso a la cámara.		Levantar el dedo pulgar en señal de todo ok.		
		Plano medio	Pedro Pablo Duart hablando frente a la cámara y agradeciendo a las instituciones públicas y privadas por su ayuda.		Hablando a la cámara.		Mirada neutra.		

		Plano general	Militarizados realizando gesto a la cámara luego de terminar de cargar los cilindros.				Todos muestran el dedo pulgar arriba en señal de que todo está bien.			
		Plano medio	Personal médico realizando un procedimiento quirúrgico.				Concentración.			
		Primer plano	Profesional de la salud viendo directo a la cámara con todas las protecciones de bioseguridad.				Mirada neutra.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
		Plano medio	Profesionales de la salud realizando				Seriedad.			
				Realizar gesto amistoso a la cámara.						
				Realizar un procedimiento quirúrgico.						
				Mirar fijamente a la cámara.						
				Realizar proceso quirúrgico.						

			proceso quirúrgico.						
		Plano detalle	Tubos de ensayo con una mascarilla delante que dice "Coronavirus"						
		Plano detalle	Personal de la salud sosteniendo un tubo con la cura de la COVID-19						
		Plano medio	Profesional de la salud viendo a través de un microscopio.		Viendo a través de un microscopio.				
		Plano detalle	Muestras de sangre						
		Plano detalle	Profesional de la salud		Colocar los reactivos.				

			colocando los reactivos.						
		Plano general	Profesionales de la salud aplauden a paciente recuperada de la COVID-19		Aplausos a la paciente.	Alegría. Aplausos. Realiza la seña de dedo pulgar arriba en señal que todo está bien.			
		Plano general	Profesionales de la salud aplauden a paciente recuperada de la COVID-19		Aplausos a la paciente.	Aplausos, sonrisas, palmadas en la espalda, levanta el dedo pulgar al final con la señal de todo está bien.	Tono de Celio Vera fuerte pero distorcionado por el eco de la habitación.		
		Plano medio	Celio Vera, enfermero, habla frente a la cámara.		Hablar frente a la cámara.	Seriedad.			

		Plano medio	Paola Maerchá, asistente de limpieza, habla frente a la cámara.			Hablar frente a la cámara.		Alegria y emoción.	Tono de Paola Merchán fuerte y claro.			
Azuay	01:59 - 03:39	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.										
		Plano medio	Otto Sonnenholzner y Juan Sebastián Roldán recorriendo las instalaciones de dos hospitales en Cuenca.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Otto Sonnenholzner, Juan Sebastián Roldán, Xavier Martínez, Personal de la salud, Iván Granda.	Recorrido en los hospitales.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Movimiento de brazos y de cabeza demuestran una conversación mientras que Juan Sebastián Roldán tiene el ceño un poco fruncido como en señal de preocupación.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Primer plano	Personal de la salud hablando con las autoridades en			Conversación del personal de salud con las autoridades.		Juan Sebastián Roldán tiene fruncido el ceño.				

		su visita al hospital.							
	Plano medio	Toma frontal del Gobernador del Azuay, Xavier Martínez, hablando a la cámara.		Hablar a la cámara.		Mirada seria y directa a la cámara.			
	Plano americano	Autoridades realizando recorridos por los hospitales de Cuenca.		Recorridos en los hospitales.		Seriedad.			
	Plano medio	Paneo del nombre del hospital Vicente Corral Moscoso.							

		Plano americano	Autoridades ingresando al hospital José Carrasco.							
		Plano americano	Autoridades caminando dentro de las instalaciones del hospital.				Seriedad.			
		Plano general	Habitaciones con camas de hospital listas para ser utilizadas.							
		Plano medio	Otto Sonnenholzner hablando frente a la cámara sobre la disponibilidad de camas en el hospital.				Seriedad.	Tono de Otto Sonnenholzner fuerte y claro.		

		Plano americano	Otto Sonnenholzner hablando con personal médico.			Diálogo entre dos personas.		Movimiento de cabeza.			
		Plano americano	Otto Sonnenholzner hablando con personal médico.			Diálogo entre personas.		Movimiento de brazos y cabeza. Expresiones con los ojos por parte de uno de los médicos.			
		Plano medio	Personal de la salud realizando el ingreso de datos a la plataforma.			Ingreso de datos.			Tono de Juan Sebastián Roldán fuerte y claro.		
		Plano detalle	Batas desechables para profesionales de la salud.								

		Plano americano	Médicos sacando botellas de alcohol necesarias para el uso en la pandemia.			Sacar botellas de alcohol.		Seriedad.			
		Plano detalle	Botellas de alcohol antibacterial.								
		Plano medio	Juan Sebastián Roldán hablando frente a la cámara de la disponibilidad de camas en las UCIs.			Hablar frente a la cámara.		Seriedad.			
		Plano medio	Tilt down de la repisa de medicamentos.								
		Plano medio	Paneo de las medicinas								

			ubicadas en los estantes.						
		Plano medio	Xavier Martínez habla de la atención en los distintos hospitales.		Habla frente a la cámara.				
		Plano general	Personal médico dentro del consultorio de atención.		Revisión de papeles con pacientes.		Mira fijamente la hoja.	Tono de Xavier Martínez fuerte y claro.	
		Plano medio	Otto Sonnenholzner hablando con personal médico.		Diálogo con el personal médico.		Movimiento de cabeza asentando.		
		Plano general	Fachada del Centro de Entrenamiento para el Alto Rendimiento Cuenca.					Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.	

		Plano medio	Juan Sebastián Roldán hablando a la cámara sobre las camas disponibles en el centro de alto rendimiento.						
		Plano medio	Iván Granda hablando a la cámara sobre el centro de cuidados intermedios.						
		Plano general	Autoridades caminando dentro de las instalaciones centro de alto rendimiento						
				Hablando a la cámara.		Ojos entrecerrados debido a la luz del sol.	Tono de Juan Sebastián Roldán fuerte y claro.		
				Hablando a la cámara.		Mirada fija a la cámara.	Tono de Iván Granda fuerte y claro.		
				Recorrido dentro de las instalaciones del centro de alto rendimiento.		Otto Sonnenholzner realiza un gesto de saludo con la mano.			

		Plano general	Autoidades ingresando y saludando al personal médico.		Ingresando a las instalaciones del centro de alto rendimiento.	Movimiento de manos da a entender que Sonnenholzner está hablando.			
		Plano americano	Personal médico recibiendo a Otto Sonnenholzner y a las autoridades.		Otto Sonnenholzner saluda al personal médico con una sonrisa.	Sonrisa de parte de las enfermeras que lo reciben.			
		Plano medio	Iván Granda hablando a la cámara sobre el centro de cuidados intermedios.		Hablando a la cámara.	Mira fija en la cámara.			
Cañar		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.							

		Plano general	Autoridades realizando el recorrido de las instalaciones de un hospital.			Ingresando al hospital.		Mirada fija.			
	03:40 - 04:38	Plano medio	Otto Sonnenholzner revisan las bodegas llenas de utensilios para el personal de la salud.	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Otto Sonnenholzner, Juan Sebastián Roldán, Iván Granda, Personal médico, Personas naturales.	Revisando que se cuente con los implementos necesarios para el personal de la salud.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Observa el objeto luego mira directamente a la cámara.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
		Plano medio	Con movimiento. Juan Sebastián camina dentro de la bodega con los utensilios.			Caminar dentro de la bodega.		Mirada al piso.			

		Plano medio	Autoridades dialogan entre sí.			Dialogar entre sí.	Movimiento con las manos y miradas entre sí.			
		Plano medio	Otto Sonnenholzner dentro de la bodega donde se guardan los implementos.			Recorrer la bodega de insumo.	Se gira a hablar con las personas que lo acompañaron dentro			
		Plano medio	Sonnenholzner conversando con personal de salud.			Diálogo entre dos personas.				
		Plano americano	Personal que trabaja en el hospital ingresa unas cajas con implementos.			Ingresar los implementos.	Seriedad.			
		Plano general	Personal médico.							

		Plano americano	Personal médico transportando utensilios de desinfección.			Transportando material de desinfección.		Sonrisa.				
		Plano detalle	Medicamentos en una estantería.									
		Plano medio	Otto Sonnenholzner hablando frente a la cámara sobre la importancia del equipo de protección para el personal médico.			Hablando frente a la cámara.		Mirada fija en la cámara.	Tono de Otto Sonnenholzner fuerte y claro.			
		Plano americano	Autoridades reunidas con personal médico.			Personas conversando entre sí.						

		Plano medio	Autoridades reunidas con personal médico.			Personas conversando entre sí.		Movimiento de cabeza y manos.			
		Plano medio	Otto Sonnenholzner hablando frente a la cámara sobre la importancia del equipo de protección para el personal médico.			Hablando frente a la cámara.		Mirada fija en la cámara.			
		Plano medio	Iván Granda hablando frente a cámara sobre las acciones que tomarán las autoridades de los cantones.			Hablando frente a la cámara.		Mira fija en la cámara.	Tono de Iván Granda fuerte y claro.		

		Plano medio	Otto Sonnenholzner revisando los insumos médicos de los profesionales de la salud.			Revisión de insumos médicos.		Seriedad.				
		Plano medio	Iván Granda hablando frente a cámara sobre las acciones que tomarán las autoridades de los cantones.			Hablando frente a la cámara.		Mira fija en la cámara.	Tono de Iván Granda fuerte y claro.			
A escala nacional	04:39 - 06:16	Primer plano	María Paula Romo hablando frente a la cámara	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	María Paula Romo, Agentes e tránsito, Policía, Ejercito, Adultos mayores, Juan	Hablando a la cámara.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la	Mira fija en la cámara.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Plano medio	Personal de policía realizando			Control vehicular						

		control en las calles		Carlos Cevallos.		pandemia del COVID-19.				
	Plano medio	Personal de la agencia de tránsito haciendo avanzar los carros.			Control vehicular					
	Plano general	Control vehicular en la carretera.			Control vehicular					
	Plano medio	María Paula Romo hablando frente a la cámara			Habla frente a la cámara.		Mira fijamente a la cámara.			
	Plano medio	Adulto mayor realizándose la prueba contra la COVID-19			Realizándole la prueba rápida.			Tono de María Paula Romo fuerte y claro.		

		Plano detalle	Adulta mayor realizandose la prueba contra la COVID-19		Realizándole el examen hisopado.					
		Plano medio	María Paula Romo hablando frente a la cámara		Habla frente a la cámara.	Mira fijamente a la cámara.				
		Plano americano	Juan Carlos Zevallos llega a realizar un recorrido a un hospital.		Ingresa a un hospital					
		Plano detalle	Pruebas rápidas de COVID.				Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Plano detalle	Muestra de un estudio de cultivo.							
		Plano medio	Persona realizándose							

		una prueba hisopada.							
	Plano medio	Juan Carlos Zevallos hablando directo a la cámara.		Hablar a la cámara.		Mirar fijamente a la cámara.	Tono de Juan Carlos Zevallos fuerte y claro.		
	Planos medios y generales	Secuencia de imágenes que muestran el día a día actual.					Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
Aparece el Slogan en medio de la pantalla.							Tono de voz de narrador hombre fuerte y claro.		

3.5.2.2.8. Miércoles 15 de abril de 2020

Título del video: Resumen de la Jornada de Emergencia Sanitaria.

Duración del video: 06 minutos 45 segundos

Link del video: <https://www.youtube.com/watch?v=0i9xK7jt-hU>

Imágen						Discurso y mensaje				Presencia del eslogan "El Gobierno es de todos"		
Secuencia	Duración	Planos	Descripción	Escenario	Personajes	Acción	Opinión del emisor	Gestos	Tonalidad	Presencia del eslogan	Número de apariciones	Número de menciones
Napó	00:13 - 01:05	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.							Si	Aparece 1 vez	Se lo menciona 2 veces	
		plano general	Grupo de gente caminando	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Otto Sonnenholzer, Funcionarios del hospital, Dra. Gabriela Arteaga, Grupo de enfermeras.	Vicepresidente escuchando sobre las instalaciones del hospital	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		Durante todo el video ubicado en la esquina superior derecha	En la última secuencia antes de terminar de mostrar las imágenes.
		plano general 3/4 lateral	Grupo de gente aplicando medidas de Bio seguridad			Enfermero Tomando la temperatura al Vicepresidente					Al final del video, cuando aparece el slogan escrito.	

	Plano general Frontal	Grupo de gente aplicando medidas de Bio seguridad		Vicepresidente escuchando sobre las instalaciones del hospital				
	Gran plano General picada	Se aprecia toda la parte frontal del hospital		Se aprecia gente esperando a ser atendidas dentro del hospital				
	Plano medio Largo 3shoot picada	Grupo de personas dentro de una bodega		La Doctora le da indicaciones a el vicepresidente sobre la bodega				
	plano general ligero paneo lateral de izquierda a derecha	Grupo de personas dentro de una bodega		se ve al vicepresidente dirigirse a una seccion del a bodega donde se podra apreciar los insumos en su estrado de empaque				
	Plano general Frontal 2/4 izquierda	Grupo de personas dentro de una bodega		El Vicepresidente inspecciona parte de los				

		plano general	Grupo de personas dentro de una bodega		insumos en bodegaje					
		plano general diagonal 1/4 derecha	Grupo de personas dentro de una bodega		Doctora demostrando le al vicepresidente todo el equipamiento o para el personal					
		plano general over shoulder	Grupo de personas reunidos en los pasillos de hospital		Vicepresidente prestando atención al dialogo del funcionario del Hospital					
		Pano medio	Entrevista		Vicepresidente dando un discurso al grupo de enfermeros	preocupación				
					La Doctora explicando como es el abastecimiento de los insumos para el personal	Nerviosos	Tono de Dra. Gabriela Arteaga fuerte y claro.			

		Plano general Plano de Derecha Izquierda	Grupo de enfermeros esperando			Los medicos se encuentran inmóviles para tener un detalle más claro de toda su vestimenta anti covid		Seriedad			
		Plano medio Largo 3shot	Gente escuchando al vicepresidente			Vicepresidente enlistando un número de acciones		Seriedad			
		Pano medio	Entrevista			La Doctora explicando como es el abastecimiento de los insumos para el personal		Nerviosos			
		Plano general	Gente Aplaudido			Vicepresidentes y funcionarios aplauden mirando hacia la parte superior del hospital		Alegría	Tono de Otto Sonnenholzer fuerte y claro.		

		plano medio corto	Entrevista a Otto Sonnenholzner			Explica la acciones a venir de la campaña y lo que se tiene preparado		Seriedad				
		Detalle	Insumos medico			se muestra el tipo de pruebas que posee el hospital						
		plano medio corto	Entrevista a Otto Sonnenholzner			Explica la acciones a venir de la campaña y lo que se tiene preparado		Seriedad				
		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.										
Guayas	01:06 - 02:48	travelin lateral plano general	Dos personas caminado entre insumos	Emergen- cia Sanitaria por pandemia de la COVID- 19.	Autoridades de Gobierno, Trabajadore s en la central, Pedro Pablo Duart, Cargueros, Militares,	Los funcionarios se encuentran recorriendo la central logística de la gubernacion del guayas	El gobiern o naciona l está buscan do ayudar al pueblo		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			

	Gran plano general Picada paneo de izquierda a derecha	coliceo lleno de alimento para distribucion		Gabriel Arroba, Alex Molina, Pedro Vaquerizo	-	en la pandemia del COVID-19.			
	Plano medio largo Diagona 1 3/4	varias personas caminando entre los productos comestibles			Autoridades confirmando visualmente todos los insumos dentro de la central				
	Plano General	Varias personas empaquetando alimentos			Equipo de personas realizan una cade de empaque para rapida distribucion de los productos donados				
	Detalle	Tanques de oxigeno			-				
	Plano General	dos personas caminado entre ataudes			Autoridades confirmando visualmente todos los ataudes				

	plano medio Over Shoulder	Autoridades conversando en las afueras del coliseo.			Explica el proceso de trabajo dentro de la central		Seriedad			
	plano general	Varias personas empaquetando alimentos			Equipo de personas realizan una cade de empaque para rapida distribucion de los productos donados					
	Plano medio	Entrevista Pedro Pablo Duart			Explica el proceso de trabajo dentro de la central			Tono de Pedro Pablo Duart fuerte y claro.		
	plano general	fuerza laboral cargando en camion			equipo encargo de el dplazamiento de ataudes para las diferentes cantones					
	Plano medio	Entrevista Pedro Pablo Duart			Explica el proceso de trabajo dentro de la central		Seriedad			

	Plano Detalle a general	Kits de alimentos			realizar el proceso de sepacion en partes iguales para los kits					
	general	Kits de alimentos			-					
	plano general	militares con tanques de oxigeno			se drisbulleno los tanques de oxigeno para los diferentes cantones					
	Plano medio	Entrevista Gabriel Arroba			Explica el proceso de distribucion y sus destinos	empaticos				
	plano general	fuerza laboral cargando en camion			equipo encargo de el dplazamient o de ataudes para las diferentes cantones					
	Plano medio	Entrevista Álex Molina			Explica el destino de su carga	empatico				
	plano medio largo	dos personas caminado entre insumos			-					
							Tono de Gabriel Arroba fuerte y claro.			
							Tono de Álex Molina fuerte y claro.			
							Tono de voz de la narradora es cálido,			

Plano medio two shot	Dos personas dialogando			-			fuerte y claro.			
Detalle	Cilindros de Oxigeno			-						
Plano medio	Entrevista Pedro Pablo Duart			Explica la idea que se tiene prevista para los tanques de oxigeno		empatia				
plano general	Varios Cilindros De Oxigeno			-			Tono de Pedro Pablo Duart fuerte y claro.			
Plano medio	Entrevista Pedro Pablo Duart			Explica la idea que se tiene prevista para los tanques de oxigeno						
Plano medio	Entrevista Pedro Vaquerizo			Explica lacantidad de unidades que se estan enviando		nervioso				
plano general	militares con tanques de oxigeno			se drisbulleno los tanques de oxigeno para los diferentes cantones			Tono de Pedro Vaquerizo fuerte y claro.			
Detalle	Cilindros de Oxigeno			-						

Pastaza	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.									
	plano general	Gente Caminando	Emergen- cia Sanitaria por pandemia de la COVID- 19.	Juan Carlos Zevallos, Juan Sebastán Roldán, Prensa, Funcionario s de gobierno, Óscar Ruano.	los funcionarios se dirigen al interior del hospital	El gobiern o naciona l está buscan do ayudar al pueblo en la pandem ia del COVID -19.	Seriedad	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
	palano medio largo	Gente Caminando			-					
	gran plano general	Se aprecia todo el hopsital			-					
	plano general	gente ingresando a una habitacion			-					
	plano general	gente revisnado insumos medicos			revisan los elementos que se encuentren en sus respectivos lugares					
	plano medio corto	Entrevista Juan Carlos Zevallos			afirmando que todo el sistema del hospital funciona correctament e					
02:49 - 03:35										

	plano general	gente revisando insumos medicos			revisan los elementos que se encuentren en sus respectivos lugares					
	plano medio corto	Entrevista Juan Carlos Zevallos			afirmando que todo el sistema del hospital funciona correctamente	Seriedad				
	Plano medio	Funcionarios públicos revisando los insumos médicos dentro de la bodega.			Revisan elementos dentro de bodega					
	Plano general	Funcionarios públicos revisando los insumos médicos que se encuentran colocados en un pasillo.			Revisan cajas en un pasillo.		Tono de Juan Sebastián Roldán fuerte y claro.			
	plano medio corto	Entrevista Juan Sebastián Roldán.			afirmando que talento humano se encuentra protegido durante la pandemia	Seriedad				
Carchi	03:36 - 04:16	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.								

		Plano general	Persona agarrando fruta de un árbol	Emergen- cia Sanitaria por pandemia de la COVID- 19.	Trabajadore s, Funcionario s públicos, Oscar Ruano, Marco León, Fausto Paspuel.	Agarrar fruta		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Plano detalle	Persona tocando fruta con la mano.			Tocar fruta					
		Plano detalle	Bandeja llena de mango								
		Plano americano	Persona ordenando las frutas y verduras dentro de bandejas.			Ordenar frutas					
		Plano detalle	Pulpa de fruta para jugo dentro de bandeja								
		Plano medio	Jugos procesados sobre una mesa								
		Plano medio	Persona ordenando la pulpa de jugo dentro de canastas.			Ordenar productos.		Tono de Oscar Ruano fuerte y claro.			
		Plano americano	Personas cargando bandejas dentro de una camioneta.			Cargar productos dentro de una camioneta.					
		Plano medio	Oscar Ruano hablando frente a la cámara.			Indica las formas que se están buscando para poder ayudar a la ciudadanía.	Seriedad.				

		Plano medio	Marco León habla frente a la cámara.			Indica que hay que ser sensibles con la gente que lo necesita.		Amable	Tono de Marco León fuerte y claro.				
Imbabura	04:17 - 04:43	Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.							El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.	Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			
		Plano detalle	Persona sacando la tierra.	Emergen- cia Sanitaria por pandemia de la COVID- 19.	Trabajadore s, Agricultores , Álvaro Castillo, Eduardo de la Torre.	Mover la tierra para el cultivo							
		Plano americano	Persona sacando la tierra.			Mover la tierra para el cultivo							
		Plano americano	Álvaro Castillo revisando los kits de semillas antes de entregarlos.			Entrega de kits de semillas a agricultor.							
		Plano general	Álvaro Castillo entrega kits de semillas a agricultores.			Entrega de kits de semillas a agricultores.							
		Plano medio	Persona esparciendo las semillas en la tierra ya arada.			Esparcir las semillas en la tierra.							
		Plano general	Persona esparciendo las semillas en la tierra ya arada.			Esparcir las semillas en la tierra.							

		Plano medio	Álvaro Castillo hablando a la cámara.			Indica los beneficios que traerá el haber entregado los kits de semillas.		Seriedad	Tono de Álvaro Castillo fuerte y claro.			
		Plano general	Álvaro Castillo de pie junto a los agricultores.			De pie junto a los agricultores.						
		Plano medio	Eduardo de la Torre hablando a la cámara.			Agradece por la ayuda que proporciona con los kits de semillas.		Sonriendo	Tono de Eduardo de la Torres fuerte y claro.			
		Gráfico donde se presenta el mapa de Ecuador y resalta la provincia o ciudad de la que se va a hablar.										
A escala nacional	04:44 - 06:45	Plano medio	Policía realizando control vehicular	Emergencia Sanitaria por pandemia de la COVID-19.	Policía nacional, personas dentro de los autos, Agentes de tránsito, Eduardo Ayala, Personal del ECU911, Personal militar, Personal del cuerpo de bomberos,	Realizando control vehicular.	El gobierno nacional está buscando ayudar al pueblo en la pandemia del COVID-19.		Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.			

		Plano general	Personal de la policía y tránsito realizan control vehicular.	María Paula Romo.	Realizando control vehicular.					
		Plano medio	Policía nacional revisa salvoconducto entregado por conductor.		Revisión de salvoconducto.	Seriedad.				
		Plano medio	Overshoulder. Policía nacional revisando salvoconducto a través de la ventana de un conductor.		Revisión de salvoconducto.	Seriedad.				
		Plano general	Paneo autos retenidos por la policía.							
		Plano medio	Autos retenidos en los controles vehiculares.							
		Plano general	Camiones retenidos en los controles vehiculares.							
		plano general	Motos detenidas en los controles vehiculares.							
		Plano medio	Agente de tránsito hablando con civil.		Diálogo con un civil.					
		Plano general	Policía realizando control vehicular		Control vehicular.					

			Graficación donde se indica la cantidad de vehículos y motos detenidos por provincia, y la cantidad de conductores multados.						
	Plano medio		Eduardo Ayala hablando frente a la cámara.		Indica que se mantendrá la firmeza en los controles.	Seriedad.	Tono de Eduardo Ayala fuerte y claro.		
	Gran plano general		Autoridades de tránsito procediendo a realizar el retiro de vehículos.		Retiro de vehículos.				
	Plano americano		Personal del ejército hablando con civil mientras se realiza el retiro de su vehículo.		Diálogo con civil y retiro de vehículo.	Seriedad.			
	Plano medio		Personal de la policía realizando control vehicular.		Control vehicular.				

		Plano medio	Overshpulder. Personal del ECU911 junto a militar trabajando dentro de las instalaciones del ECU911.			Trabajando en su computadora .		Seriedad.			
		Primer plano	María Paula Romo hablando frente a la cámara.			Informando la colocación de techos en los precios de los servicios funerarios y todo lo que estos necesiten.		Seriedad.	Tono de María Paula Romo fuerte y claro.		
		Plano americano	Persona pintando un ataúd.			Pintando ataúd.					
		Plano medio	Persona pintando un ataúd.			Pintando ataúd.					
		Primer plano	María Paula Romo hablando frente a la cámara.			Informando la colocación de techos en los precios de los servicios funerarios y todo lo que estos necesiten.		Seriedad.			

			Captura de pantalla de un tweet de María Paula Romo.						
		Primer plano	María Paula Romo hablando frente a la cámara.		Informando la colocación de techos en los precios de los servicios funerarios y todo lo que estos necesiten.		Seriedad.		
			Gráfica que muestra lo que te enseña el portal www.consejodiscapacidades.gob.ec				Tono de voz de la narradora es cálido, fuerte y claro.		
		Plano medio	Mujer y niño observando el folleto en la pantalla del computadora.		Observando folleto en un computador.		Seriedad.		
		Plano medio	Mujer junto con persona con discapacidad.				Sonriendo.		
		Plano americano	Personal de la salud tomando los signos vitales a una persona.		Toma de signos vitales.		Seriedad.		

		Plano americano	Personal de la salud atendiendo a una paciente.		Atendiendo a una paciente.	Seriedad.				
		Plano medio	Personal de la salud tomando muestra de sangre para realizar exámenes.		Tomando muestra de sangre.	Seriedad.				
Aparece el Slogan en medio de la pantalla.							Tono claro y fuerte del narrador masculino.			

3.6. Análisis de contenido.

En estas matrices o tablas se buscó observar las diferentes categorías para analizar el eslogan del gobierno de Lenín Moreno. Se estableció que el mismo será explorado en una ocasión y va a detallar los rasgos más importantes de esta herramienta comunicacional, en este caso propagandística. El primero de ellos es la extensión porque casi todos los eslóganes son breves, cortos, concisos y su eficacia llega como tal por la omisión de palabras y no debe existir mayor número de palabras, porque no logrará el efecto deseado. Este debe tener los términos necesarios e indispensables y no tiene que caer en la exageración ni poseer palabras vacías.

Para esta tabla se llevará a la práctica, encuestas a un número de 80 personas para determinar si aquel eslogan es recordado por la población o simplemente queda en el olvido y su creación no ha servido para obtener un refuerzo de ideología. Un eslogan bien estructurado y constituido será más fácil de recordar, a diferencia de otro que no sea diseñado de manera correcta. Para atraer esta atención hay que obligar al receptor a realizar una acción o influir en su comportamiento y esto se consigue con la insistencia de recordarle al público que un producto, ya sea publicitario o propagandístico, existe.

Es claro que, para crear un mensaje comunicacional propagandístico, se deben aprovechar todos los contextos y escenarios posibles. En este caso, no es momento de elecciones, pero hay una situación crítica a nivel mundial y el gobierno necesita realzar su imagen a través de estas piezas audiovisuales y le urge exaltar su eslogan creado en el 2018 para que los habitantes del país lo observen y lleguen a tener una compenetración con él. La imagen es poderosa y los efectos causados hacia las personas pueden determinar hasta cambios de ideologías. Por lo tanto, en estos casos puntuales se ve la forma de jugar con símbolos patrios conocidos y que se relacionen con aspectos positivos del régimen.

La bandera del Ecuador y sus colores son usados constantemente por los políticos para enaltecer los valores y el respeto que existe hacia ella, despierta el civismo dentro de los ecuatorianos y hace y que estos elementos nacionalistas jueguen un papel importante en la construcción de ideas de los discursos. Para aquellos que configuran estos mensajes existen una serie de connotaciones vinculadas a los

símbolos y la retórica, con el fin de expresar una posición política, y cada palabra fue acuñada para funcionar entre sí.

El eslogan “El Gobierno de todos”, engloba una sola cosa y estas cuatro palabras existen para formar un todo. Es decir, que cuando se escucha o lee esta frase, se la puede asociar con el sinónimo de igualdad, equidad, esperanza, confraternidad, trabajo, representación, democracia, inclusión, justicia, entre otros elementos positivos. En general, todo el pueblo ecuatoriano es parte del gobierno y puede tomar decisiones en asuntos importantes. Si este eslogan se refiere a que el gobierno pertenece a todos, significa que las instituciones y la administración del mismo, corresponden a los que habitan en el país.

La palabra gobierno llama a la unión del Estado, que puede ser regido por todos. Aquí se denota la totalidad de la frase desde antes del uso del término todos, y se puede decir que cumple con las categorías de simplicidad y la brevedad. Para que un eslogan funcione es vital que su extensión no sea tan larga y así poder resumir la idea en pocos términos.

El aspecto contradictorio de este eslogan, que aparentemente invita a la participación de cada persona que es parte del país, es que no engloba su verdadero significado ya que no todos estuvieron incluidos en la acción del Estado, sino tan solo una minoría que respaldó este mandato y que lo mantuvo. Hubo una visión equivocada de la realidad en el Ecuador sobre esta herramienta comunicacional, que trató de decir algo que la presidencia hizo, pero que en realidad era imposible de cumplir.

Con estos videos se intenta persuadir a las personas para que la frase quede en la retina de todos y tenga una repercusión importante en la memoria de los ciudadanos ecuatorianos. En cuanto a la creatividad con la que se realizó, se puede decir que, al ser usada en tiempo presente, la frase denota una acción que perdura y que no quedará en el olvido, ni tampoco funge como el ofrecimiento de un futuro promisorio, ni una falsa esperanza para las personas. Sin embargo, esta premisa tiene una semejanza muy cercana al eslogan del gobierno anterior, que estuvo afianzado en la gente por ser un elemento importante y atractivo del mandato de Correa. Al acoger las palabras “de todos”, se evidencia esa posesión de las personas y adquiere un valor simbólico que

enriquece la frase. Le concedió un derecho a las personas que antes no tenían. Ellas se sentían identificadas con este concepto y lo incorporaban a su diario vivir.

Cuando el país se encontró en un poco contexto poco favorable, esta frase se hizo presente en los informes de las jornadas de la emergencia sanitaria, en los cuales se cerraban las piezas audiovisuales con este eslogan, que además estaba presente en la parte superior derecha, utilizando el recurso ‘mosca’, durante todo el resumen. En esta nueva muestra se plasma la idea de reforzar el concepto, que indica que todo y todos formamos parte del gobierno, incluyendo las donaciones de empresas privadas que fueron marcadas por el eslogan de la presidencia.

Otra pieza importante de estos videos, fue la figura de Otto Sonnenholzner, quien ejerció el cargo de vicepresidente de la República, que tomó la batuta del primer mandatario y estuvo en primera línea durante la emergencia, mostrando una destacada labor recorrer el país, atendiendo las necesidades de la población. Resaltó como un personaje que mostró afinidad con la gente y que a pesar de contar con detractores, pudo suavizar la mala imagen y gestión que tuvo el mandato de Lenín Moreno.

Una categoría importante y que sirve para afianzar la idea del eslogan, es su extensión. El eslogan es una frase corta que impacta y simplifica en una sola idea lo que desea comunicar y resaltar con mucha fuerza. Según Reboul (1978), lo que cuenta antes que nada no es su sentido sino su impacto. En realidad, no importa si es entendido, si es aceptado, o si es recordado. Lo que verdaderamente interesa es si el eslogan pudo lograr un efecto de movilización del público al que fue dirigido. Esta condición se encuentra alineada con la creatividad, porque debe resumir el contenido del mensaje en el menor número de palabras, lo que se logra sintetizando los objetivos del proyecto. Al analizar “El gobierno de todos”, notamos que no posee esta correcta combinación de elementos y por ello no se ha potencializado su impacto.

Hay un punto importante que podría ser denominado como un hallazgo o el descubrimiento de algo nuevo que no había sido analizado antes. Este gobierno creó el eslogan en el año 2018, cuando rompió relaciones ideológicas con Rafael Correa, que fue su antecesor y quien apoyó a Moreno para que llegara al poder y que formaba parte de un plan político que buscaba consolidar el proyecto de la Revolución Ciudadana por 4 años más. Este contexto es interesante para analizar, ya que no se

había estudiado antes una situación igual o parecida en la vida republicana del Ecuador y que derivó en la ruptura de una fuerza o movimiento político que poseía un gran poder que poco a poco fue perdiendo y además de recibir uno de los mayores rechazos en la historia.

También hay que hablar de otro punto y es el de la creación del eslogan con el mandato establecido, sin que haya sido diseñado en la campaña. Todo estaba preparado para continuar el camino de lo que venía haciendo Correa y, bajo este escenario la estrategia era parecida. Todo cambió y se tuvo que crear algo nuevo, que para muchos puede parecer una especie de copia del eslogan “La patria ya es de todos”, pero que estaba más enfocado en consolidar y llegar a las personas luego de esa ruptura ideológica. Se concluye que no es lo ideal que se realice una estrategia de esta manera, porque todo puede estar limitado a lo que sucede en el país y los mensajes serán diferentes a los prometidos y ofrecidos en una campaña electoral. Y algo muy importante que afianza el argumento de que crear un eslogan nuevo en plena ejecución de un gobierno no es lo más aconsejable, es la cantidad de representaciones lingüísticas que llegan a los ciudadanos cuando estos ya tienen una percepción establecida, provocando una invasión de términos que son rechazados.

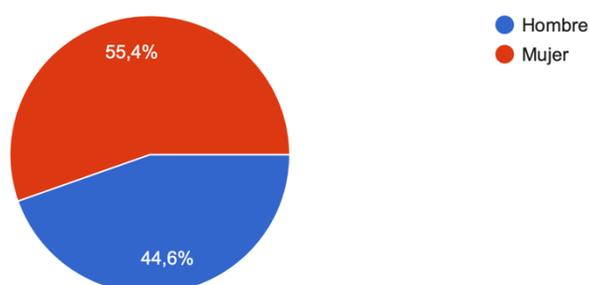
La persuasión es uno de los objetivos de un eslogan y su consigna es transmitir el mensaje político para que una campaña o gobierno se consolide ideológicamente y que estos conceptos y propuestas logren convencer a quienes los receptan. Claramente, en este eslogan “El gobierno de todos”, no se ha logrado esta meta y no se ha impuesto en el sentido de pertenencia de los ecuatorianos por la poca credibilidad que tuvo el presidente y todos los que conformaron su gabinete de trabajo.

No refleja lo que sus palabras prometen u ofrecen y esta persuasión que está orientada a una manipulación evidente, tiene muy poca influencia en las personas que lo reciben, además de que no genera absolutamente ningún cambio o refuerzo en la idea.

3.7. Encuestas

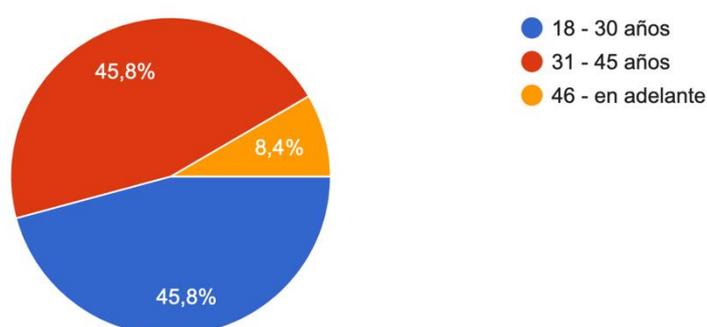
3.7.1. Análisis de las respuestas obtenidas

1. Género
83 respuestas



En los encuestados predominan las mujeres con un 55,4% (46), mientras que los hombres aparecen con un 44,6% (37). Esta pregunta se realizó con el fin de poder conocer que género predomina en los entrevistados.

2. Rango de edad
83 respuestas

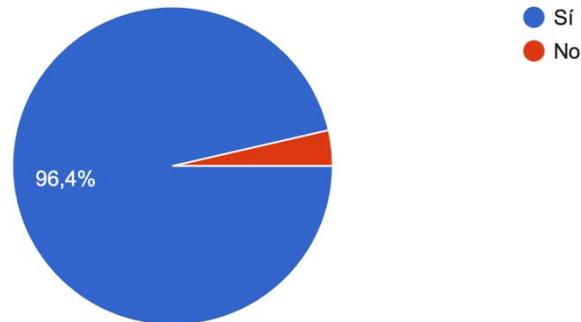


Se obtuvo una respuesta de todos los rangos de edad y predominaron tanto las personas entre 18 – 30 años con un 45,8% (38), como los de 31 – 45 años con un 45,8% (38) y por último estuvieron las personas de 46 – en adelante de quienes se obtuvo una respuesta del 8,4% (7). Se posee un alcance en todos los rangos de edad y esto permite

que se conozca de forma determinada los rangos de edad que recordarían un eslogan de campaña.

3. ¿Usted es un usuario activo de YouTube?

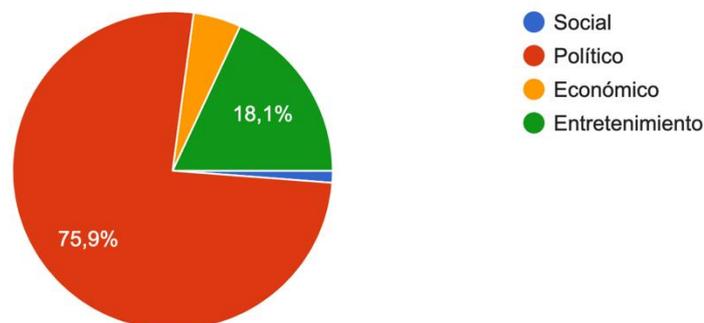
83 respuestas



Se les planteó a los encuestados quiénes eran usuarios activos de YouTube, donde se obtuvo una respuesta mayoritaria al sí con el 96,4% (80).

4. ¿A qué tipo de contenido accede en YouTube?

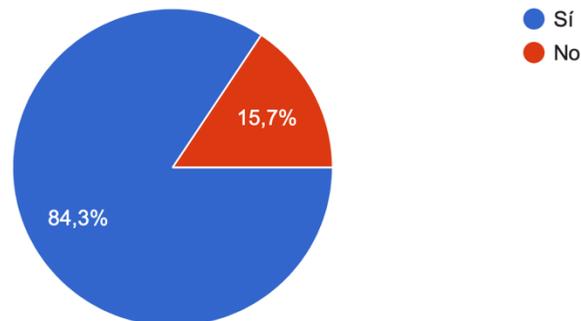
83 respuestas



Se debía conocer cuáles eran los intereses de los encuestados dentro de YouTube, donde el 75,9% (63) respondió que le interesaba ver temas políticos. Mientras que el 18,1% (15) de ellos se sentía más cómodo revisando contenido relacionado al entretenimiento.

5. ¿Es usuario activo de YouTube, es decir, comparte, comenta o postea contenido en otras redes sociales?

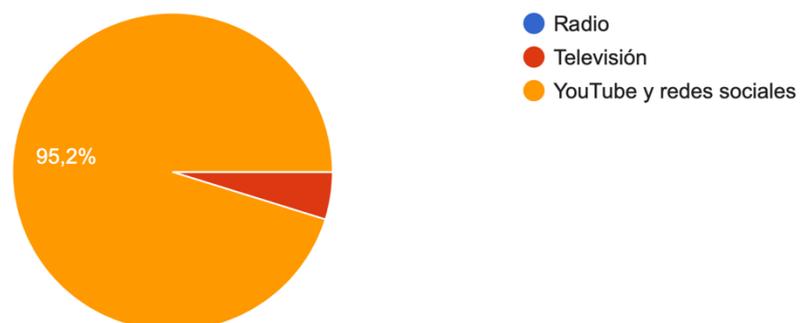
83 respuestas



En esta pregunta nos adentramos más en lo que es ser un usuario activo de YouTube por lo que preguntamos si compartía, comentaba o posteaba contenido de esta red social en otra, a lo que el 84,3% (70) de los encuestados respondieron que sí.

6. ¿Cuál fue el canal por el que se mantuvo informado al momento de la crisis sanitaria?

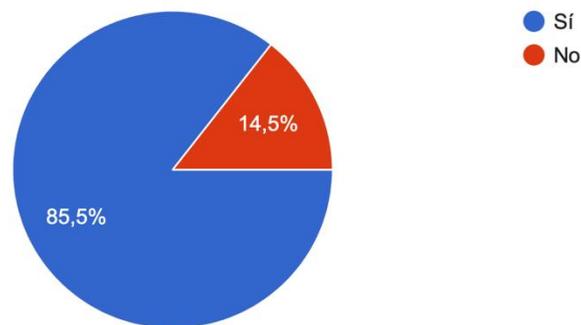
83 respuestas



Se procedió a evaluar por cuál canal de comunicación se habían mantenido informados los encuestados al momento del inicio de la pandemia de la COVID-19. El 95,2% (79) de los encuestados respondió que, por YouTube y redes sociales, mientras que el 4,8% (4) respondió que por televisión. Una cifra que no es poco usual pues en redes sociales se puede seleccionar que clase de contenido se quiere observar.

7. ¿Recuerda usted el eslogan perteneciente al gobierno de Lenin Moreno?

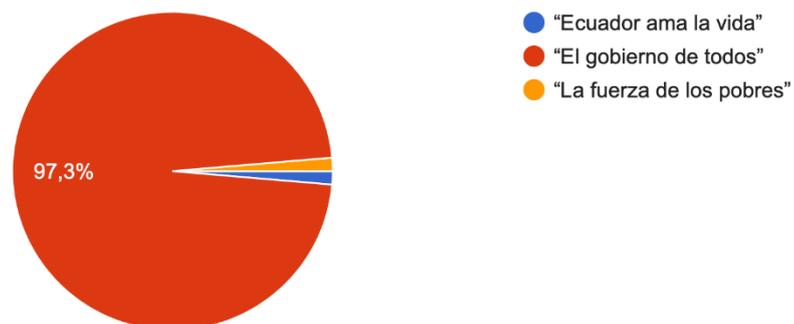
83 respuestas



Se le consulto a los encuestados si recordaban cuál era el eslogan que manejaba el ex presidente Lenín Moreno, a lo que el 85,5% (71) de las personas contestaron que sí tienen noción de que eslogan utilizó.

8. En el caso de que la respuesta a la pregunta 7 sea si, ¿podiera indicar cuál de los siguientes es el slogan?

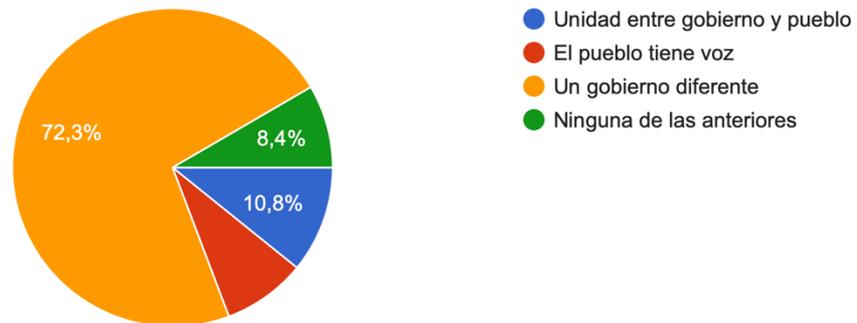
74 respuestas



Se les colocó la opción de seleccionar entre tres eslogans de gobiernos pasados. El 97,3% (72) de las personas respondió correctamente seleccionando la opción de “El gobierno de todos”.

9. ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente al escuchar el eslogan “El gobierno de todos”?

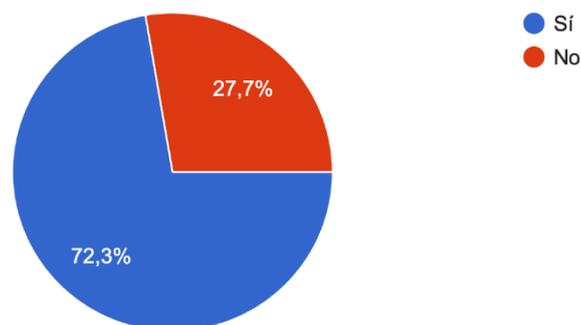
83 respuestas



Se les otorgó cuatro opciones de significado al eslogan del ex presidente Moreno, donde un 72,3% (60) de los encuestados estuvo de acuerdo con que hacía alusión a ser “un gobierno diferente” al de su antecesor.

10. ¿Cree que el uso de este eslogan marcó una diferencia en como la ciudadanía vio el accionar del gobierno de Lenin Moreno al momento de la emergencia sanitaria?

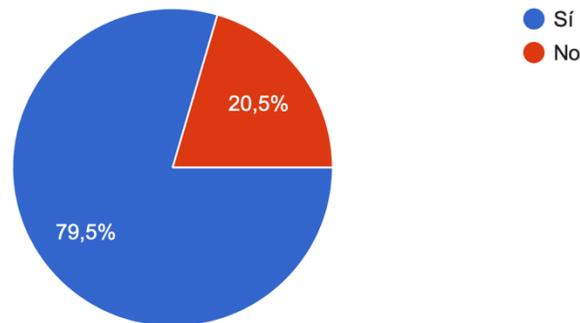
83 respuestas



El 72,3% (60) de las personas que llenaron la encuesta creen que, sí marcó una diferencia, mientras que el 27,7% (23) personas piensan que no es así.

11. Personalmente, ¿se sintió identificado/a con el gobierno al momento de escuchar este slogan?

83 respuestas



Con este último apartado se quiso conocer qué tanto había afectado personalmente el eslogan a las personas que lo escuchaban o veían en las propagandas políticas. El 79,5% de los entrevistados sí se sintieron identificados con el gobierno del ex presidente Moreno al momento de escuchar el eslogan.

Con los resultados de la encuesta se puede observar que con una media de 83 entrevistados la mayoría recuerda el eslogan utilizado por el anterior gobierno, pues permite a la persona tenerlo presente y recordarlo. Del mismo modo, es un eslogan que fue utilizado bastante en pandemia y redes sociales por lo que eso jugó un papel importante en hacerlo memorable para la memoria de aquellos que fluctúan entre los 18 a 45 años.

3.8. Comparación con otros eslóganes.

3.8.1. “La patria ya es de todos”

Patria Altiva y Soberana, más conocida como PAÍS, fue un movimiento político que surgió en el año 2006, liderado por el economista y quien fue Presidente de la República, Rafael Correa Delgado, que durante su primer discurso en la posesión como mandatario propone una Patria para todos, donde argumenta: “La Patria Vuelve, y, con ella, vuelve el trabajo, vuelve la justicia, vuelven los millones de hermanos y hermanas expulsados de su propia tierra en esa tragedia nacional llamada

migración. Esta esperanza de unos cuantos se expandió cual fuego en pajonal, y se convirtió en la esperanza y decisión de todos los ecuatorianos que, en noviembre 26 del 2006, escribieron una gesta heroica en el país y empezaron una nueva historia. Hoy, la patria ya es de todos” [1].

A partir de este discurso, el eslogan tomó sentido. “La Patria ya es de todos”, cambió la perspectiva del pueblo, donde la ciudadanía comprendió que la llegada del presidente al Palacio de Carondelet solucionaría las falencias de varios sectores del sistema, de los cuales iba a surgir una Patria digna para los ciudadanos. A raíz de su nacimiento, esta frase se convertiría en protagonista de la participación del cambio de un país.

Esta frase fue utilizada en los primeros años de los diez que duró el gobierno de aquel ex presidente. El uso de éste fue aplicado en todas las áreas, sistemas de información, documentos y en spots audiovisuales.

Para que la frase “La Patria ya es de todos” se convierta en “Gobierno de todos”, transcurrió un tiempo después del mandato de Lenín Moreno. Desde que él mostró una desvinculación con su movimiento político (PAIS), decidió crear una nueva imagen institucional de su gobierno. Aunque se puede decir que existen similitudes en el eslogan, tiene connotaciones diferentes. La palabra “Gobierno” llama a la unión y entidad del Estado que puede ser regida por todos. Sin embargo, pasó de ser un gobierno donde la prioridad fue el porvenir de los ciudadanos, a ser una administración donde el manejo total del sistema, de las instituciones y otros sectores fue manchado por la corrupción y malas decisiones durante los tiempos emergentes.

Creó una conexión con el pueblo con el término “de todos”, donde lo vinculaba y conectaba con su gestión, con la intención de dar a notar que su gestión era inclusiva, de unión, y que el país nos pertenece a todos y cada uno de los ecuatorianos. Pero este hecho solo quedó en palabras, porque muchos ciudadanos no gozaron de los beneficios prometidos en sus mandatos. Hubo muchas prohibiciones y restricciones en ambos gobiernos, aunque se evidenció más en el de Rafael Correa, donde la libertad de expresión y la opinión del pueblo fue oprimida y censurada, siendo esto totalmente contradictorio con la idea de que la patria era de todos.

Sin embargo, formó parte de una gran estrategia política y comunicacional. Con la creación de este eslogan, que se incrustó en las mentes de las personas y hasta ahora es inolvidable, tanto por su fuerza y como la facilidad de captación de las palabras, se logró un impacto que movió una corriente política fuerte, donde los miembros afines al partido político consideraban a Rafael Correa un poder superior y a su gobierno una doctrina.

Es así como se denota el impacto de un buen eslogan aplicado correctamente en el ambiente político, con la magnitud y la fuerza que logra tener.

3.8.2. “La fuerza de los pobres”

Este eslogan tomó importancia desde el año 1980, bajo la autoridad del entonces presidente Abdalá Bucaram, del Partido Roldosista Ecuatoriano (PRE). Tanto como “La Patria ya es de todos”, “La fuerza de los pobres”, son los más recordados en la historia política ecuatoriana. Aquella frase se enfocó hacia las clases sociales de bajos recursos o menos favorecidas.

De acuerdo a (Prieto, 1988) en su texto indica: “Discurso de acción, el retórico se ocupa de conmover a los perceptores, de mover sus ánimos para forzarlos a aceptar determinado argumento a adoptar cierta conducta”. Abdalá Bucaram supo aprovechar su popularidad y habilidad de persuasión sobre las emociones y necesidades del pueblo. En la mayoría de ocasiones realizaba sus mítines durante sus campañas políticas desde una tarima, utilizando palabras coloquiales, llegando a sectores de máxima pobreza, con presentaciones de shows artísticos.

Este eslogan fue replicado en varios medios de comunicación, campañas políticas y caravanas e incluso, dicha frase forma parte de una composición musical escrita por el cantante Víctor Mirando, usada como parte del marketing político para campañas electorales. El uso de este ‘jingle’, realzó su popularidad en momentos electorales y gran porcentaje de ciudadanos se influenció en la lírica de esta composición, la cual hacía referencia a la situación actual de aquel Ecuador, sumergido en crisis, problemas económicos y falta de garantías de vivienda. Bucaram aplicó una interesante estrategia de comunicación política al igual que Rafael Correa, en la que,

a partir de sus eslóganes generaron jingles de nivel político que quedaron en la memoria de sus adeptos hasta la actualidad.

El eslogan “La fuerza de los pobres”, fue aceptado en la mayoría de la audiencia y como un eslogan para ser recordado, que influyó en la mente, el estado emocional y en la conducta de las personas. La frase “El Gobierno de todos”, no obtuvo tanta aceptación, comparada con las demás, debido a que tenía que estar acompañado de acciones, influir en la conducta y emoción y en los últimos años de mandato de Moreno, no logró completar esa cercanía con la audiencia como la tenía Bucaram, quien compartía momentos con su comunidad. Para los ciudadanos, Abdalá Bucaram era el personaje que solucionaría las problemáticas del pueblo ecuatoriano, ya que prometió suplir varias necesidades de la ciudadanía como educación, gratuidad en salud y la represión de grupos sociales y políticos considerados para él como oligarquía.

El poder y el impacto que tuvo esta frase fue de dimensiones titánicas, ya que motivó e inspiró a la población de los rechazados, la de los de los barrios marginales. Les otorgó dignidad y los dotó de igualdad, motivándolos a ser parte del gobierno y no arrinconarse. Fue tanto su alcance que, luego de la partida y la caída del gobierno de Abdalá Bucaram, logró el mismo impacto masivo a su regreso en el año 2017.

Se considera que el eslogan tuvo una transcendencia tan grande que luego de tanto tiempo aún mueve masas y es otro ejemplo claro de la potencia de un buen eslogan, estructurado y bien aplicado.

3.8.3. “Pan, techo y empleo”

Este particular eslogan tomó sentido en la campaña electoral de León Febres Cordero, del movimiento Partido Social Cristiano (P.S.C), en la segunda vuelta electoral presidencial del Ecuador, logrando el triunfo en 1984. En cuanto a lo expresado anteriormente sobre las características que necesita un eslogan para tener tenga efecto, debe existir un vínculo emocional para que la audiencia capte esta frase y lo recuerde. Así que cuando Febres-Cordero utilizó en aquel momento, en el que el país cruzaba una fuerte crisis económica, los ciudadanos la recibieron con agrado

porque fueron influidos emocionalmente, debido a que la anhelaban una vida mejor. La opción de Febres-Cordero fue la elegida.

En comparación con el “El Gobierno de todos” y los otros eslóganes mencionados, la transición que pasó durante el mandato y la desvinculación de Lenín Moreno con Alianza País, hasta en los últimos meses de su presidencia, la credibilidad y la confianza fue descendiendo, por más publicidades, informes, spots, donde al final de ellos aparecía el tan nombrado eslogan. Los ciudadanos ya no se sentían atraídos, y al perder la atención de este grupo de audiencia tan importante, tanto su gobierno, eslogan o estrategias comunicacionales fueron quedando en el olvido. Este sería un claro ejemplo de que, en esta situación, las características del eslogan como recordabilidad, persuasión, creatividad, entre otros, no fueron correctamente implementados, en un buen plan comunicacional, dando como resultado que no surja algún efecto entre la población ecuatoriana.

Este eslogan refleja las 3 bases fundamentales de la sociedad que son el alimento, la vivienda, y el empleo. Estos son derechos del ser humano y León apuntó a 3 necesidades graves que aquejaban al país en aquellos años y estas 3 palabras significaban aquellas penurias y crearon un vínculo, estableciendo una relación entre el pueblo y el gobierno.

Este eslogan, que emerge tocando fibras sensibles se convirtió en una fuerte conexión humanitaria que hasta la actualidad tiene impacto.

Los 3 aspectos que la población busca en un candidato y sus ofertas gubernamentales fueron plasmados en un eslogan que generó apoyo masivo al candidato León Febres Cordero y que con el paso de los años se volvió un ejemplo. Estos detalles básicos deben poseer los otros eslóganes para conquistar de esa forma colosal al pueblo.

Capítulo 4

4. Conclusiones y recomendaciones.

4.1. Conclusiones

Con esta investigación se buscaba establecer el empleo de uno de los eslóganes de la presidencia de Lenín Moreno en un contexto poco favorable para cualquier presidente y en un momento en el que su popularidad caía abruptamente. Con el desarrollo de la investigación, se pudo observar que las acciones de un gobierno no están siempre comprometidas con los mensajes comunicacionales y en ocasiones existe una total separación, como ocurría con Moreno al no ser incluyente en la forma de liderar el país y no llevar a la práctica lo que su eslogan pregonaba.

Se llega a la conclusión de que un eslogan se convierte en un instrumento poderoso en la comunicación y estrategia política y que su correcta difusión y ejecución deriva en un efecto profundo dentro de las emociones e ideologías de las personas.

Queda claro que el manejo de la labor propagandística debe ser reiterativa y penetrar en la mente de los ciudadanos de un territorio. Con este eslogan se pudo lograr eso, porque a pesar de no haber tenido una buena gestión, la frase del equipo de comunicación de Moreno quedó marcada en gran parte de la población ecuatoriana.

Es un arduo trabajo mantener vigente un eslogan y esto se logra con eficiencia y con campañas que sean bien complementadas en el área. Cuando esta herramienta cumple con los parámetros para que sea comprendido y aceptado, va a terminar generando esa memorización para la cual fue creada.

Para su construcción, es necesario establecer una estrategia que tenga los objetivos claros y saber hacia dónde va dirigida, sin desviarse en el camino y hacer que la imagen vaya creciendo en un tiempo determinado.

4.2. Recomendaciones

Como recomendación, siempre es preferible aconsejar no copiar palabras que hayan usado anteriores presidentes porque se las relaciona del que estuvo anteriormente en el cargo y hablando específicamente del caso Correa y Moreno, quienes vivieron una ruptura política profunda a pesar de haber sido compañeros en la presidencia y vicepresidencia. Esto evidencia el poco grado de creatividad cuando este eslogan

analizado, fue creado hace varios años. Y como se manifestaba en el desarrollo del trabajo, no es recomendable empezar a difundir un eslogan de gobierno cuando este lleva en el poder un año.

Se recomienda no idear campañas con nuevos eslóganes cuando ya la presidencia está cercana a concluir y tampoco tratar de salvar una imagen política desgastada por las múltiples situaciones que le llevaron a estar así como la ruptura con Correa, las manifestaciones de octubre 2019, la pandemia del Covid-19 y los escándalos de corrupción en el sector público.

Para futuras investigaciones se puede sugerir que se examinen los mensajes de la presidencia de Moreno en los momentos que fueron cumbre en su mandato.

Referencias

- Arcos Uyaguari V. (2007): Estudios de los errores y aciertos del marketing electoral ecuatoriano para el período 1979-2002.
- Bardin, L. (1986): El análisis de contenido. Madrid, Akal.
- Bassat, L. (1993). *El libro rojo de la publicidad*. Barcelona: Ideas que mueven montañas.
- Bohada Trinidad S. & Quintero Gómez M. (2012): Análisis del mensaje político de campaña: del eslogan electoral, a la creación de textos con contenido en las redes sociales como nuevas estrategias de comunicación, posicionamiento y elección. Una visión desde el marketing político.
- Boyce, C., & Arens, W. (1992). *Contemporary Advertising, The Irwing Series in Marketing*. Illinois: Irwin Howewood.
- Carrillo Navarro P. (2009): El eslogan electoral español (1975-200) Estructuras fundamentales.
- Castañeda Galicia G (2018): El eslogan electoral como estrategia de comunicación política. Caso: Puebla 2013.
- Delgado Sayavedra M. (2019): Análisis del discurso del spot televisivo Patria Tierra Sagrada (2009) durante el gobierno del ex presidente Rafael Correa.
- Eguizábal, R. (2017): Estudio del eslogan. Origen, propiedades y tipología.
- Fernández, J. (2005): Eslóganes, jingles y otras frases felices”.
- Garrido M. (2000): El eslogan del año 2000. Cuestiones publicitarias.
- Garrido M. (2013): Estudio comparativo de los eslóganes electorales y comerciales: el caso de las elecciones generales españolas de 2008.
- Goyes Larrea M. (2018): Política, poder y redes sociales: análisis comparativo de la interactividad de los espacios informativos de Lenín Moreno y Rafael Correa en Twitter.

- Her Wan, I. (2014): Un análisis cognitivo del eslogan publicitario con doble sentido.
- Ipiales Huera, Y. (2015): Estrategias de la comunicación visual en campañas electorales, presidenciales de los años (1996-2009) en el Ecuador.
- López, A (2019): Retórica y Comunicación Política, Volumen XIII, Número 2, España, Madrid,
- Martínez O. (2002): Redacción publicitaria. 1ed. Madrid.
- Mena Sánchez S. (2015): La propaganda del gobierno de Rafael Correa y su discurso: análisis del spot “El sueño ecuatoriano”.
- Merizalde Rubio, G. & Proaño Andrade A. (2019): Análisis del discurso de Lenín Moreno en la rendición de cuentas y sus implicaciones.
- Muñiz Velásquez J. (2005): El papel del eslogan en la actitud hacia la marca: una tentativa de estudio experimental.
- Oquendo Romero, A. (2016): Análisis comparativo de las campañas políticas de Abdalá Bucaram (1996) y Rafael Correa (2013). Spots: La fuerza de los pobres y la bicicleta.
- Ortega, E. (2004). *La Comunicación publicitaria* (Vol. 2do.). Madrid: Pirámide.
- Ortega Martínez, E. (1992). *La publicidad en la televisión (Estilos, slogans, promociones, inversiones)*. Madrid: Delphi.
- Pauta Iza C. (2010): El uso retórico del eslogan “La Patria ya es de todos”: análisis sobre el vaciamiento de sentido en el eslogan de Alianza País y los nuevos usos que hoy le da la ciudadanía.
- Peña, G (2001): El valor persuasivo del eslogan. *Círculo de lingüística aplicada a la Comunicación*.
- Peña, P., & García, A. (2010). *Tipología del spot electoral: una aproximación a partir de la campaña de 2008* (Vol. IV). Madrid, Valladolid: Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias.
- Prieto, D. (1988). *Análisis de mensajes*. Ciespal.

- Prieto Rodríguez A. (2015): Los nuevos instrumentos de comunicación política: el uso de YouTube en las campañas electorales en España,2010-2014.
- Reboul, O. (1978). *El poder del slogan*. España: Valencia; Fernando Torres.
- Rey, J. (1996): Palabras para vender, palabras para soñar. Introducción a la redacción publicitaria.
- Sánchez Corral, L. (1991): Retórica y sintaxis de la Publicidad. Itinerarios de la persuasión.
- Sandoval Cabrera G. (2012): Campañas presidenciales y comportamiento electoral: análisis de las elecciones presidenciales del año 2006 en el Ecuador.
- Susano García, J. (2018): El slogan político una estrategia de comunicación y marketing de “El Bronco” para incidir en las elecciones de Nuevo León, México.
- Vergara S.(1989): Abdalá Bucaram: El discurso. Rasgos de la estrategia electoral en 1988.
- Ver Selva (2003): El eslogan en las campañas electorales: elecciones municipales de Sevilla en Universidad de Sevilla. p.6. Documento Electrónico.
- Victoria [comp.], Lenguaje publicitario. La seducción permanente, Barcelona: Ariel.
- Víctor Javier Arcos (2007), “Estudio de los errores y aciertos del marketing electoral ecuatoriano para el período 1979-2002”. Tesis de grado previo a la obtención del título de Economista con mención en Gestión Empresarial, especialización marketing. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador.

Anexos

Entrevista a Douglas Argüello Mautong

Para este trabajo de investigación he escogido a Douglas Argüello Mautong, periodista con amplia experiencia en varios medios de comunicación. Por su amplia experiencia como locutor, presentador de noticias en televisión en radio en el ámbito político y ser experto en comunicación audiovisual, será un gran aporte para analizar los videos de los informes del gobierno y el uso del eslogan “El gobierno de todos”, y cómo esta herramienta comunicacional es utilizada. Durante toda su carrera ha estado vinculado al área de la política y tiene un gran criterio para observar diferentes aristas de esta rama y puede examinar con objetividad situaciones coyunturales relacionadas al poder y gobernanza, sobre todo en el área de las estrategias. Con esta importante fuente se hará una reflexión del objeto de estudio, medirlo basado a la realidad, comparar la teoría investigada y determinar varios aspectos que no han sido señaladas anteriormente.

¿Cómo analiza el eslogan El gobierno de todos desde el aspecto comunicaciones?

La intención de este eslogan era que el gobierno de todos no tenía diferencias y luego llegaron algunos derivados, pero las acciones de la presidencia no acompañaron en definitiva a esta frase que quedó un poco en el aire.

¿Qué le falta a este eslogan para tener mayor impacto en los habitantes del país para que se sientan identificados?

Este eslogan no posee acciones que lo respalden y por ello es vacío y para mucha gente es tomado como una broma. Al analizar lo que hace el gobierno, se evidencia que no es para todos y hay una contradicción entre lo que dice el régimen y lo que pretende hacer a través del eslogan.

¿Es decir que la falta de impacto está relacionada con la poca acción que ha tenido este gobierno?

Definitivamente. Existe un simbolismo que es el árbol que significa vida, frutos, sombra y en lo básico este ícono no converge con un gobierno para todos y hay una

falla. Además, el gobierno debe ratificar sus intenciones a través del eslogan, como por ejemplo la oferta campaña de León Febres Cordero con la que triunfó en la presidencia simplificado en tres palabras: Pan, techo y empleo. No quiso decir les voy a dar tal número de casas, tal número de empleos y todo el mundo entendió.

¿Considera que este eslogan cumple o no con uno de los parámetros básicos que es la creatividad?

No cumple, esta frase es muy genérica. Desde la experiencia me pregunto, ¿Qué gobierno ha sido para todos? Este gobierno no puede pensar que es para todos y hay una ineficiencia en el mensaje porque no lo hace diferente a ningún otro gobierno.

¿Las palabras no fueron las adecuadas?

Debieron buscar otra idea, una alternativa que sea más como una oferta cumplida.

¿Qué cree que ha fallado en la difusión de este eslogan de esta presidencia?

Primero hay que hacer una referencia sobre la manera de comunicar del presidente Lenín Moreno en su mandato. Él ha utilizado la plataforma Twitter como un principal vínculo de comunicación con las personas y todo lo que él dice es como si lo dijera un relacionista público y no un mandatario. La realidad no es compatible con lo que él dice y como no tiene gestión que informar se ven las fallas.

¿La falta de impacto de este eslogan está relacionado a la poca popularidad que posee el actual gobierno?

Está muy relacionado porque al no poseer credibilidad, ni popularidad, las personas no van a sentir afinidad por una frase con la cual se intenta persuadir a las personas.

¿Usted piensa que es la manera correcta de crear un eslogan o se lo debe crear desde un principio?

Desde un principio se debe hacer. La creación de un eslogan sobre la marcha de un gobierno cuando ves que las acciones te limitan, es totalmente errónea. Aquí se puede ver que se les ocurrió algo en la situación o se inventaron algo para maquillarla. Por eso este eslogan es tan general porque no se puede precisar en qué área se van a especializar.

¿Las situaciones de crisis en caso específico la emergencia sanitaria hubiese sido una buena oportunidad para mejorar o levantar la imagen del gobierno?

Intentar levantarla sería porque los índices de popularidad lo indicaban y fueron medidos en diferentes instancias. No se puede levantar la popularidad cuando este gobierno ha retirado acciones debido a protestas y en la emergencia sanitaria se escudaron por el hecho de tomarnos como nuevo. La primera acción que pudo ser gravitante fue la invitación del ex gobernador del Guayas Pedro Duart al partido de Barcelona cuando ya empezaron los casos de coronavirus, este funcionario es representante del gobierno en la provincia y esta comunicación tuvo que haber sido aprobada por la presidencia. Con la oportunidad de decir que se va a salvar a la población y contrarrestarla, la campaña fue tibia porque no actuó de manera obligatoria y no era rajatabla.

¿Siguió de cerca las piezas audiovisuales del gobierno durante la emergencia sanitaria?

No las seguí y peor cuando empezaron a maquillar las cifras sobre los contagiados, eso me parece un acto criminal.

¿Como vio la manera de informar de parte del gobierno durante la emergencia sanitaria y el uso del eslogan en las mismas?

Se convirtió en una declaración sónica porque sin importar los resultados, ellos querían decir su verdad.

¿De qué manera será recordado este eslogan en la historia?

Será recordado por un gobierno que no fue para todos y el eslogan unido a él. Aparte por la cantidad de errores y rectificaciones erradas que devengaron en la fuerza política del país que lo llevó al poder ahora no es nada.

¿Cómo se ejecuta de manera correcta una campaña para que un eslogan llegue al público?

La estrategia es vital, pero no se queda ahí. Para que un eslogan se ejecute de manera correcta y exitosa hay que acompañarla de acciones previas y posteriores a lo que ya se ha conseguido. Todo está relacionado con la credibilidad y por más que exista un equipo bueno de estrategias, debe haber credibilidad y confianza.

En relación a otros gobiernos y los manejos que han tenido con sus eslogans, ¿en qué escala ubica al del actual gobierno?

Yo lo pondría como uno de los fracasos comunicacionales de los últimos 50 años. Si esto fuera un campeonato, lo pondría en el fondo de la tabla de posiciones. Aún no se termina de escribir la historia de este gobierno y en general si se quiere decir que este eslogan trató de ser el vínculo entre la población y el gobierno, no se cumplió.

Encuestas

Modelo de encuestas:

1. Género

Hombre

Mujer

2. Rango de edad

18 - 30

31 - 45

46 - en adelante

3. ¿Usted es un usuario activo de YouTube?

Si

No

4. ¿A qué tipo de contenido accede en YouTube?

Social

Político

Económico

Entretenimiento

5. ¿Es usuario activo de YouTube, es decir, comparte, comenta o postea contenido en otras redes sociales?

Si

No

6. ¿Cuál fue el canal por el que se mantuvo informado al momento de la crisis sanitaria?

Radio

Televisión

YouTube y redes sociales

7. ¿Recuerda usted el eslogan perteneciente al gobierno de Lenin Moreno?

Si

No

8. En el caso de que la respuesta a la pregunta 7 sea si, ¿podría indicar cuál de los siguientes es el slogan?

“Ecuador ama la vida”

“El gobierno de todos”

“La fuerza de los pobres”

9. ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente al escuchar el eslogan “El gobierno de todos”?

Unidad entre gobierno y pueblo

El pueblo tiene voz

Un gobierno diferente

10. ¿Cree que el uso de este eslogan marcó una diferencia en como la ciudadanía vio el accionar del gobierno al momento de la emergencia sanitaria?

Si

No

11. Personalmente, ¿se sintió identificado/a con el gobierno al momento de escuchar este slogan?

Si

No

Tabulación de encuestas:

1. Género	2. Rango de edad	3. ¿Usted es un usuario activo de YouTube?	4. ¿A qué tipo de contenido accede en YouTube?	5. ¿Es usuario activo de YouTube, es decir, comparte, comenta o postea contenido en otras redes sociales?	6. ¿Cuál fue el canal por el que se mantuvo informado al momento de la crisis sanitaria?	7. ¿Recuerda usted el eslogan perteneciente al gobierno de Lenin Moreno?	8. En el caso de que la respuesta a la pregunta 7 sea si, ¿podría indicar cuál de los siguientes es el slogan?	9. ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente al escuchar el eslogan “El gobierno de todos”?	10. ¿Cree que el uso de este eslogan marcó una diferencia en como la ciudadanía vio el accionar del gobierno de Lenin Moreno al momento de la emergencia sanitaria?	11. Personalmente, ¿se sintió identificado/a con el gobierno al momento de escuchar este slogan?
Hombre	18 - 30 años	Sí	Entretenimiento	No	YouTube y redes sociales	No		El pueblo tiene voz	No	No
Mujer	31 - 45 años	Sí	Entretenimiento	No	YouTube y redes sociales	No		Ninguna de las anteriores	No	No
Mujer	18 - 30 años	Sí	Entretenimiento	Sí	Televisión	Sí	“El gobierno de todos”	Ninguna de las anteriores	No	No
Mujer	31 - 45 años	Sí	Entretenimiento	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Ninguna de las anteriores	No	No
Mujer	18 - 30 años	Sí	Entretenimiento	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	El pueblo tiene voz	Sí	Sí
Hombre	46 - en adelante	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	No	No
Mujer	18 - 30 años	Sí	Entretenimiento	Sí	YouTube y redes sociales	No	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	No	No
Hombre	18 - 30 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Unidad entre gobierno y pueblo	Sí	Sí
Mujer	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí

Hombre	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Unidad entre gobierno y pueblo	No	No
Mujer	46 - en adelante	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	El pueblo tiene voz	Sí	Sí
Mujer	46 - en adelante	Sí	Social	Sí	Televisión	Sí	“El gobierno de todos”	Ninguna de las anteriores	No	No
Hombre	31 - 45 años	Sí	Político	No	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	No	Sí
Mujer	46 - en adelante	Sí	Económico	No	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Ninguna de las anteriores	No	No
Hombre	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	El pueblo tiene voz	Sí	Sí
Hombre	18 - 30 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Hombre	18 - 30 años	Sí	Entretenimiento	No	YouTube y redes sociales	No		Unidad entre gobierno y pueblo	No	Sí
Hombre	18 - 30 años	Sí	Entretenimiento	No	YouTube y redes sociales	No		El pueblo tiene voz	No	Sí
Hombre	18 - 30 años	Sí	Entretenimiento	No	YouTube y redes sociales	No		Unidad entre gobierno y pueblo	No	Sí
Hombre	18 - 30 años	Sí	Entretenimiento	No	YouTube y redes sociales	No		El pueblo tiene voz	No	Sí
Hombre	18 - 30 años	Sí	Entretenimiento	No	YouTube y redes sociales	No		Unidad entre gobierno y pueblo	No	Sí
Mujer	18 - 30 años	No	Entretenimiento	No	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Unidad entre gobierno y pueblo	No	No
Mujer	18 - 30 años	Sí	Entretenimiento	Sí	Televisión	Sí	“El gobierno de todos”	Unidad entre gobierno y pueblo	No	No
Hombre	18 - 30 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	18 - 30 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	46 - en adelante	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Hombre	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Hombre	31 - 45 años	Sí	Económico	No	YouTube y redes sociales	No	“Ecuador ama la vida”	Ninguna de las anteriores	No	No
Mujer	31 - 45 años	No	Económico	No	Televisión	No	“La fuerza de los pobres”	Ninguna de las anteriores	No	No
Hombre	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	18 - 30 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Hombre	18 - 30 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	18 - 30 años	Sí	Entretenimiento	Sí	YouTube y redes sociales	No		El pueblo tiene voz	No	No
Mujer	18 - 30 años	No	Entretenimiento	No	YouTube y redes sociales	No		Unidad entre gobierno y pueblo	No	No

Mujer	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Hombre	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Hombre	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	46 - en adelante	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Hombre	46 - en adelante	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	18 - 30 años	Sí	Económico	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Hombre	18 - 30 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Hombre	18 - 30 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Hombre	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	18 - 30 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	18 - 30 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí
Mujer	31 - 45 años	Sí	Político	Sí	YouTube y redes sociales	Sí	“El gobierno de todos”	Un gobierno diferente	Sí	Sí



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Haz Valero, José Luis**, con C.C: # **0926529827** autor/a del trabajo de titulación: **Análisis del empleo del eslogan El gobierno de todos de la presidencia de Lenín Moreno en el canal de YouTube de la Secom, en los primeros quince días de abril durante la emergencia sanitaria** previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación Social** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **15 de septiembre de 2021**

f. _____

Nombre: **Haz Valero, José Luis**

C.C: **0926529827**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis del empleo del eslogan El gobierno de todos de la presidencia de Lenín Moreno en el canal de YouTube de la Secom, en los primeros quince días de abril durante la emergencia sanitaria		
AUTOR(ES)	Haz Valero, José Luis		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Gálvez Vera, Cecilia María Gabriela, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
CARRERA:	Comunicación Social		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Comunicación Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	15 de septiembre de 2021	No. DE PÁGINAS:	352
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación política, comunicación estratégica, comunicación audiovisual		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Eslogan, comunicación política, comunicación estratégica, campaña electoral.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El presente trabajo plantea realizar un análisis exhaustivo de la presencia del eslogan “El gobierno de todos”, de la presidencia de Lenín Moreno, en los informes de la emergencia sanitaria por el covid-19 durante los primeros quince días de abril del año 2020. La muestra fue escogida en esta fecha por considerarse un período de tiempo crítico debido a la pandemia del coronavirus y en este contexto, surgió la necesidad de observar la forma de comunicar del gobierno y cómo el eslogan creado por éste, figura en las piezas comunicacionales.			
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-984710907	E-mail: jotahazvalero88@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: León Molina, María Auxiliadora		
	Teléfono: +593-98-580-6729		
	E-mail: maria.leon10@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			