



UCA
Universidad
Centroamericana

Facultad de
Humanidades y Comunicación

Tesis presentada para obtener el título de

Licenciado en
Comunicación Social

**SPOT 'NICARAGUA TRIUNFARÁ' DESDE LA PERSPECTIVA DE LA
SEMIÓTICA Y SU PERMANENCIA EN LA MEMORIA POLÍTICA DE LOS
ESTUDIANTES DE CUARTO AÑO DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Autores:

Juan Ignacio Domingo Fernández Vado
Diego Xavier García Araujo

Tutor(a):

MSc. Douglas Walter Castilla Valverde

Managua, Nicaragua
Noviembre, 2017

Biblioteca José Coronel Urtecho
UCA

Asunto: *Derechos de autoría.*

Nosotros, Juan Ignacio Domingo Fernández Vado y Diego Xavier García Araujo, autores del trabajo final de investigación que se indica a continuación **AUTORIZAMOS** a la Universidad Centroamericana publicar tanto en formato papel y/o electrónico, copia de nuestro trabajo para fines educativos no comerciales.

Esta carta se otorga en el marco de ley de derecho de autor y derechos conexos, no. 312.

Título del trabajo de forma de culminación de estudio Monografía	Spot ‘Nicaragua Triunfará’ desde la perspectiva de la semiótica y su permanencia en la memoria política de los estudiantes de cuarto año de Comunicación Social
Unidad Académica	Departamento de Ciencias de la Comunicación.
Carrera o Programa:	Comunicación Social.
Título y/o grado al que se opta:	Licenciatura en Comunicación Social

Managua, Enero 15 de 2018.

Br. Juan Ignacio D. Fernández Vado
Cédula # 001-141196-0014N

Br. Diego Xavier García Araujo
Cédula # 001-040196-0000L

Cc: archivo

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y COMUNICACIÓN



UCA
Universidad
Centroamericana

**Spot ‘*Nicaragua Triunfará*’ desde la perspectiva de la semiótica y su
permanencia en la memoria política de los estudiantes de cuarto año de
Comunicación Social**

Tesis para obtener el título de Licenciatura en Comunicación Social

Autores: Br. Diego Xavier García Araujo

Br. Juan Ignacio Domingo Fernández Vado

Tutor: Licdo. Douglas Castilla

Managua, Nicaragua
Noviembre 2017

Managua, viernes, 03 de noviembre 2017

MSc. Karla Patricia Lara Laguna

Directora

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Universidad Centroamericana

Estimada MSc. Lara:

A través de la presente, tengo la satisfacción de comunicar, en calidad de Tutor Metodológico, mi aprobación del informe monográfico titulado:

Spot “Nicaragua Triunfará” desde la perspectiva de la semiótica y su permanencia en la memoria política de los estudiantes de Comunicación Social.

Cuyos autores son los estudiantes: **Diego Xavier García Araujo** carné número: 2014390237, y **Juan Ignacio Domingo Fernández Vado** carné número: 2014390056 de la Carrera de Comunicación Social.

Dicho informe Monográfico cumple con los requisitos de estructura y contenido tanto teóricos como metodológicos que están establecidos en la Normativa de Culminación de Estudios de la Universidad Centroamericana.

Esta Monografía aportará al análisis de los medios de comunicación en el de Ciberespacio; por tanto, emito mi aval para que se proceda a completar el proceso de disertación de esta forma de culminación de estudios.

Cordialmente,

Licdo. Douglas Castilla Valverde
Tutor
Monografía II

ÍNDICE	
INTRODUCCIÓN.....	vi
GLOSARIO.....	10
1. OBJETIVOS.....	16
Objetivo General	16
Objetivos específicos.....	16
2. MARCO TEÓRICO, REFERENCIAL O CONCEPTUAL	17
3. MARCO METODOLÓGICO	22
Herramientas.....	24
4. DESARROLLO.....	28
Comprensión y permanencia del mensaje de los jóvenes	43
Efectividad de la pieza audiovisual	45
5. CONCLUSIONES	47
6. RECOMENDACIONES	48
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
8. ANEXOS	51

DEDICATORIA

Esta va por ustedes, papá y mamá.

Diego García A.

A mi madre, Soledad Vado, quien es la responsable de cada paso que doy hacia mi realización como persona y ha estado para mí incondicionalmente.

Ignacio Fernández

AGRADECIMIENTOS

A las personas que facilitaron el proceso de esta investigación. A nuestro tutor Douglas Castilla y nuestra lectora crítica María I. Galeano por pulir las ideas y guiarnos en el camino; a mi familia por haber estado conmigo cuando los necesité y por supuesto a Nacho, quien ha sido mi compañero de fórmula desde el día uno.

Diego García A.

Gracias a Diego, quien siempre se comportó a la altura de un socio, compañero y amigo elegido para un compromiso tan importante como llevar a cabo un método de culminación de estudios.

A todos los docentes que me acompañaron en este proceso monográfico y que mediante sus conocimientos me ayudaron a dar pasos seguros y hacia adelante. Verónica Castillo, Patricia Rivas, Ignacia Galeano y en especial Douglas Castilla.

Agradezco a mi familia, quienes siempre se han preocupado por mí y mi vida académica, desde que me ayudaban a mejorar mi caligrafía hasta el presente análisis semiótico.

Gracias a mis amigos que estuvieron a mi lado en este camino académico: Tania Moreno, Kevin Álvarez, Gloria Espinoza y todos los participantes del grupo focal.

Ignacio Fernández

GLOSARIO

En este apartado se encuentran las palabras con sus respectivas acepciones dentro del contexto de la investigación. Tiene como objetivo una mejor comprensión y efectividad al momento de realizar la lectura de este escrito y ampliar vocabulario.

BONO DEMOGRÁFICO: es un fenómeno que se da cuando el volumen de la población en edad de trabajar, que se ubica entre 14 y 59 años, supera a la población dependiente (niños y ancianos). (Vásquez, 2012)

CÓDIGO: Sistema de signos y de reglas que permite formular y comprender mensajes secretos. (DRAE, 2014)

CONNOTATIVO: Conllevar, además de su significado propio o específico, otro de tipo expresivo o apelativo. (DRAE, 2014)

DENOTATIVO: Dicho de una palabra o de una expresión: significar objetivamente. Se opone a *connotar*. (DRAE, 2014)

IDIOSINCRASIA: Rasgos, temperamento, carácter, etc., distintivos y propios de un individuo o de una colectividad. (DRAE, 2014)

INTERPRETANTE: Elementos que garantizan la validez de un signo, incluso sin tener un intérprete presente. (Eco, 1986, p. 62)

LINEAMIENTOS: Rasgo característico de algo. (DRAE, 2014)

LINGÜÍSTICA: Pertenciente al lenguaje, presente en cada expresión. (DRAE, 2014)

MEMORIA POLÍTICA: Construcción producida por el Estado en el proceso de formación de las identidades nacionales. (Lifschitz & Arenas, 2012 p. 98)

MNEMOTECNIA: Procedimiento de asociación mental para facilitar el recuerdo de algo. (DRAE, 2014)

OLIGARQUÍA: Forma de gobierno en la cual el poder político es ejercido por un grupo minoritario. (DRAE, 2014)

PERMANENCIA: Inmutabilidad del video en la memoria de los estudiantes.

PERSUASIÓN: Inducir, mover, obligar a alguien con razones a creer o hacer algo. (DRAE, 2014)

SEMIÓTICA: Teoría general de los signos. (DRAE, 2014)

SIGNIFICANTE: Fonema o secuencia de fonemas que, asociados con un significado, constituyen un signo lingüístico. (Mondría, 2004 p. 221)

SIMBOLOGÍA: Estudio de los elementos considerados representativos de una idea o representación gráfica. (DRAE, 2014)

SPOT: Soporte en que se transmite un mensaje propagandístico. (DRAE, 2014)

RESUMEN

La presente investigación analiza con base en la teoría semiótica el spot propagandístico "*Nicaragua Triunfará*", producido por el partido político FSLN para la campaña electoral del 2011; y su permanencia en la memoria política de estudiantes de cuarto año de la carrera Comunicación Social en la Universidad Centroamericana (UCA).

Para el análisis se desmenuza la pieza comunicacional en seis partes esenciales, las cuales son: imagen, color, símbolo, personajes, texto y letra de la canción que transcurre durante el video.

Dentro de los procesos investigativos se contó con el apoyo del experto en comunicación Ernesto Valle y un grupo focal de estudiantes de Comunicación Social para enriquecer el análisis de dicha pieza. Con la información encontrada en los diferentes ejercicios se construyó una valoración sobre la efectividad de la pieza como tal y si logró cumplir su objetivo principal.

ABSTRACT

This investigation analyzes, based on the semiotic theory, the propaganda spot "*Nicaragua Triunfará*", produced by the FSLN political party for the 2011 electoral campaign; and his stay in the political memory of fourth-year students in the career of Social Communication at the Central American University (UCA).

For the analysis, the communication piece is divided into six essential parts, which are: image, color, symbol, characters, text and lyrics of the song that takes place during the video.

The research processes were supported by communication expert Ernesto Valle and a focus group of Social Communication students to enrich the analysis of this piece. With the information found in the different exercises, an assessment was made about the effectiveness of the piece as such and if it achieved its main objective.

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se propone un análisis semiótico de las cualidades propagandísticas del spot “*Nicaragua Triunfará*” lanzado por el Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN) en 2011. Cualidades que aún están presentes en la memoria de los alumnos de Comunicación Social de cuarto año en la Universidad Centroamericana (UCA).

Es por esto que el propósito investigativo es comprender cada arista del spot para conocer sus significados y peculiaridades que lograron calar en la mente de este grupo de jóvenes. Dentro de la investigación se valora la efectividad que tuvo la pieza audiovisual para descubrir si los mensajes fueron emitidos con método comprensible y reconocible.

Asimismo, la investigación tiene un grado de importancia porque es un tema político que involucra a la juventud nicaragüense y también a los alumnos de Comunicación Social de la UCA. Es útil porque es posible tener una idea generalizada de las habilidades que poseen estos alumnos para descifrar mensajes comunicacionales, además que se trata de mensajes y lineamientos del Gobierno actual.

Es importante el estudio de la propaganda porque se logra obtener un entendimiento más a fondo y pleno de las intenciones de los partidos políticos del país. La visión crítica hacia las piezas audiovisuales facilita la identificación de símbolos y analizar por qué fueron utilizados de cierta manera y no de otra.

En cuanto a la producción propagandística del FSLN se refiere, existe un contraste. Al principio de la década de los noventa los mensajes denotaban ideologías militares, de lucha, armas, etc, por ejemplo en la canción de Diego Aguirre (1989) hecha para la campaña del Frente de las elecciones de 1990, *el gallo ennavajado*, la letra expresa: “Ese es Daniel, ¡Daniel Ortega!/ ¡Es el gallo ennavajado que ya tiene preparado/ el pueblo trabajador!/ Ese es Daniel, ¡Daniel Ortega!/ En él confía la gente pa’ que sea el Presidente/ de este pueblo luchador”. Como se puede

apreciar, ser “gallo” es exaltar el coraje, la vigilancia y la gallardía de un personaje; así como referencia al pueblo como luchador, símbolo de los antecedentes guerrilleros.

Las producciones eran mucho menos vistosas y elaboradas, contaban también con la utilización de canciones testimoniales, las cuales tenían un mensaje central similar.

Habiendo fallado en tres elecciones consecutivas, sucedió un punto de quiebre en el año 2006; en este momento el FSLN estrenó una propaganda titulada “Trabajo y Paz” que invitaba a una reconciliación de los allegados al partido político. La producción fue mejor elaborada, cambiando totalmente el diseño anterior y los colores; presentando el actual color rosado fucsia.

No solo es menester que los jóvenes conozcan la propaganda nacional, sino también que piensen y analicen todo tipo de símbolos que estas contengan. Otro punto a destacar es el de los futuros comunicadores, quienes deben ser siempre críticos y minuciosos con la información que reciben; puesto que las propagandas son una pieza comunicacional más.

Hay que mencionar además que la investigación no presentó limitantes de consideración. Los recursos necesarios fueron solamente los investigadores, búsqueda detallada documental para elaborar el análisis semiótico y un grupo focal. La inversión monetaria fue poca porque lo único que requirió una inversión significativa fue el grupo focal; por este motivo la presente investigación no poseyó obstáculos en el alcance de los objetivos planteados.

1. OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar por medio de la semiótica las cualidades propagandísticas del spot “Nicaragua Triunfará” producido por el FSLN en 2011 que aún permanecen en la memoria política de los estudiantes de cuarto año de Comunicación Social.

Objetivos específicos

- Desmenuzar el producto audiovisual “Nicaragua Triunfará” para interpretar los niveles del lenguaje denotado y connotado desde la perspectiva semiótica de Umberto Eco.
- Determinar la comprensión del mensaje del spot con estudiantes de Comunicación Social de cuarto año de la UCA, para identificar el nivel de permanencia en su memoria política.
- Argumentar mediante los resultados obtenidos en las herramientas la efectividad de la pieza audiovisual para valorar sus cualidades propagandísticas.

2. MARCO TEÓRICO, REFERENCIAL O CONCEPTUAL

En el capítulo actual se expone el marco teórico y el desarrollo de conceptos y referencias que ayudarán al lector a entender ideologías del FSLN plasmadas en sus spots propagandísticos, así a como se indica cómo fueron percibidas por los alumnos de Comunicación Social de cuarto año.

En esta unidad se exponen términos basados en la semiótica que ayudarán a comprender los lineamientos de la preparación, producción y lanzamiento del video para con los estudiantes antes mencionados.

Hay que resaltar las demarcaciones de mensaje denotativo y connotativo. El primero, a como estipula Eco, significa “la referencia inmediata que el código asigna a un término en una cultura determinada” (p. 84), es decir, lo denotativo es lo que no está explícito pero que, según el emisor, sabe que será identificado por las personas que lo observen, esto quiere decir que el mensaje es literal.

El mismo Eco establece el significado de mensaje connotativo, el cual es la “Suma de todas las unidades culturales que el significante puede evocar institucionalmente en la mente del destinatario”, (p. 89) esto se refiere a cuando el mensaje se codifica mediante un sentido figurado que según el nivel cognoscitivo del receptor desarrollado mediante la razón y la cultura. Por ende, el connotativo es significativo y dejado a la interpretación del que lo vea.

Ambos campos semánticos pertenecen a una dualidad en la cual los elementos pueden ser connotativos o denotativos, según la perspectiva del destinatario; y no una escala jerárquica en donde uno es superior al otro.

Por este motivo, una misma imagen puede ser sometida a una interpretación según la disponibilidad cultural del destinatario, es decir; ser una traducción invariable si es denotativo y seguir una secuencia de interpretantes si es connotativo (Eco, p. 83)

Barthes (1982) añade a estos dos conceptos un tercer lado del prisma en donde lo que domina es la lingüística y siempre está presente en cada emisión, así como también posee un papel importante en las comunicaciones masivas.

Spots en la actualidad

Los videos de carácter político se han convertido en una herramienta que ha competido con el nivel de relevancia de los medios impresos a la hora de un proceso electoral, hasta convertirse en un moldeador de actitudes de las multitudes. El spot se reprodujo en canales televisivos y también ha quedado colgado en la red para su posterior visualización.

A diferencia de épocas anteriores, en la actualidad, para comunicarse con las multitudes, los partidos políticos utilizan medios de comunicación digitales, por medio de sonidos, imágenes y producciones audiovisuales; características distintas a las que había cuando solamente se distribuía información mediante volantes, carteles y prensa escrita.

Los spots políticos según García y D'Adamo (2006) “son componentes muy importantes de las campañas presidenciales actuales y constituyen un mecanismo de mediación entre candidatos y votantes” (p.82). Estas piezas audiovisuales obtienen relevancia al ser el contacto directo unidireccional entre los candidatos y los votantes.

Además de ser el medio por el cual se envía información de las principales problemáticas a resolver y las posiciones políticas. Todo esto envuelto en un paquete óptico y acústico que emite un mensaje persuasivo.

García y D'Adamo prosiguen y mencionan características de estos spots: “Los mensajes presentados en los avisos políticos televisados se suelen construir utilizando temores, mitos, preocupaciones y narrativas que existen en la cultura y en los votantes” (p.84). Esto significa que se pretende crear interés en el candidato mediante experiencias personales de la gente.

Importancia del color

Un factor influyente en esta secuencia de imágenes es la paleta de colores utilizada en cada uno de ellos. Amparán A. (s.f.) dice que “El color contribuye a la construcción de las identidades políticas” (p. 189), y que la metáfora también radica

en la manera en que se utilizan los colores. Amparán referencia a Eva Heller (2008) quien establece que los colores se asocian con emociones y otros símbolos.

Tomando en cuenta, que, como dicen García y D'Adamo, la televisión (y el Internet) son los medios por los cuales estos videos llegan a la gente sin inclinación por ningún partido político y así pueden ver al candidato en acción y escuchar su estrategia de gobernación para tratar de convencerle en menos de un minuto.

En esta composición los colores pretenden dar variedad de una representación visual de Nicaragua, generar entusiasmo a la vez de arraigarse en líneas tradicionales como los colores en los símbolos patrios o en la identidad del FSLN.

Persuasión

El autor Rafael Yanes indica en la Revista *Ámbito* (2007) la relación directa entre la política y la persuasión: "La política es persuasión. En una sociedad democrática, quienes desempeñan responsabilidades públicas y creen honestamente en los principios que defiende su formación política, utilizan la persuasión como herramienta para ganar adeptos" (p. 357).

Por eso es necesario que un mensaje emitido por un partido político esté bien elaborado para que la semiótica abarque la identidad de varias personas. Según Yanes, la persuasión es el elemento más valioso de la política y se logra con los significantes que puedan convencer al destinatario.

La composición audiovisual de 332 segundos contiene suficientes interpretantes, que, según Eco (1986, p. 62) el interpretante no es el que recibe el signo, sino que es lo que garantiza la validez del mismo, incluso sin tener un intérprete presente. Es decir, el video sugiere muchos mensajes codificados como estrategia de persuasión para atraer a la mayor cantidad de público posible.

Los elementos visuales del video tienen sus bases en leyendas que dejan la interpretación de que todo está bien y que los niveles de inclusión y prosperidad son altos, además de transmitir un mensaje de amor y bienestar.

Semiótica

Una teoría pertinente con la presente investigación es la semiótica, que según Eco (1986, p. 7) es “una disciplina específica con un método unificado y un objeto concreto”. Las piezas audiovisuales electorales están repletas de simbología que es implementada por el emisor para enviar diferentes tipos de mensajes a la vez y que sean aceptados por el receptor. Es posible identificar los símbolos y signos que añadió a su campaña de 2011 el FSLN y comprender el porqué de su uso.

Actualmente las campañas políticas son diseñadas por expertos en mercadeo y publicidad como si se tratase de vender una ideología, es por esto que vemos una variedad significativa de signos y símbolos en las diferentes campañas. Gonzales en *El spot político en América Latina* (2016, p. 233) y explica así:

Como herramienta persuasiva se le atribuye efectos impresionantes, lo que ha generado una creciente adicción por parte de la clase política y ha terminado por imponerse como el instrumento fundamental al que se ajustan las estrategias de campañas de los partidos políticos en las democracias modernas.

Los símbolos utilizados en *Nicaragua Triunfará* fueron notorios y diversos. Los medios de comunicación (principalmente televisión y redes sociales) fueron explotados a su totalidad para sacarle el mayor provecho a la emisión de mensajes a través de símbolos. Eligen estos medios porque son masivos y pueden emplear múltiples signos que sean percibidos por el receptor, “Se vive la ilusión de la participación política, cuando el espectador sonríe, asiente con la cabeza o critica al político mientras lo ve en la televisión”, (Gonzales, 2016, p. 235).

La semiótica utilizada envía señales al receptor que intentan persuadir además de darle a conocer los objetivos, ideales y posturas del partido político. La Directora centro peruano de comunicación y Marketing Político, Melissa Gonzales (2011) asegura que las campañas producen “efectos cognitivos”, dado que al proporcionar información proveen los elementos de juicio que necesitan los votantes para decidirse contrastando programas y candidatos.

“Los mensajes de campaña pueden influir sobre cómo la gente vota y sobre la idea que se forma respecto de qué es lo que se juega y de qué se trata la elección.” (Gonzales, 2016, p. 237).

Referente a la memoria política, Lifschitz y Arenas (2012) establecen que es “una construcción producida por el Estado en el proceso de formación de las identidades nacionales”, es decir, un vínculo social entre lo que le ha dado el Estado o un partido al país y la manera en que quiere que el país sea visto, esto sumado a las acciones del pueblo equivalentes a respuestas sociales.

3. MARCO METODOLÓGICO

Esta investigación propone un análisis semiótico de la producción propagandística “*Nicaragua Triunfará*” emitida por el FSLN en 2011, la cual aún permanece en la memoria política de los estudiantes de Comunicación Social de cuarto año de la Universidad Centroamericana (UCA).

Según la facultad de Humanidades y Comunicación, la línea investigativa de este documento pertenece a Estado Democracia y Ciudadanía, teniendo como sub línea Actores Sociales y Democracia. Posee como tema: Comunicación, Ciudadanía y Procesos Políticos; esto debido a la inherente incidencia mediática en el imaginario de la democracia y la construcción de la ciudadanía.

De esta forma se define el objeto de estudio como el material audiovisual en sí, el cual será la piedra angular de toda la investigación. Se trata de un video que se lanzó en el año 2011 por parte del partido político FSLN con carácter de propaganda.

El enfoque de investigación es meramente cualitativo, debido a la problemática que representa el análisis semiótico del spot propagandístico. Posteriormente se obtendrán datos por medio del instrumento investigativo grupo focal; la información generada de esta técnica es de característica subjetiva, pues se tratan de opiniones generadas por personas con diversos y peculiares criterios, reforzando el enfoque cualitativo de la investigación. Hernández (2014) plantea que “El enfoque cualitativo se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean”. (p. 358)

De acuerdo al nivel de profundidad de la investigación se trató del tipo descriptivo concluyente, la cual según Hernández Hernández (2014) “la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan”. (p. 92). Debido a que se realizó una observación exhaustiva de la pieza audiovisual, así como también un análisis que permitió descomponer y describir el spot; esto para descifrar mensajes, símbolos, figuras, etc. contribuyendo al cumplimiento de los objetivos planteados.

Asimismo, la presente investigación es no experimental, es decir que se tuvo como objetivo estudiar las variables y no manipularlas. Al tomar el spot original no es posible realizar algún cambio sobre ella y se efectúa un análisis fiel. Barrantes (2002), en su cita a Kerlinger (1988) expresa que “la investigación no experimental es una indagación empírica y sistemática en la cual el científico no tiene un control directo sobre las variables independientes porque sus manifestaciones ya han ocurrido o porque son inherentemente no manipulables” (p.137).

También se considera que el corte investigativo es transversal y retroprospectivo. Su cualidad transversal se debe a que la información es recuperada en un momento dado y no en distintos puntos a lo largo del tiempo. “Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p. 154) Hernández (2014).

De la misma manera, se considera retroprospectiva porque el video que originó la primera parte de la información es recuperado de hace seis años después de su emisión original. Y la segunda parte de la información vino de los resultados del grupo focal, realizado en el presente año (2017).

Se aplicó la técnica del grupo focal porque es la más indicada para lograr el segundo objetivo específico, el cual requiere de la participación de estudiantes de la carrera Comunicación Social de cuarto año para obtener la información deseada. Debido a la modalidad abierta que caracteriza un grupo focal es una técnica útil que permitirá a los involucrados expresarse libremente.

El grupo estuvo conformado por siete estudiantes de la carrera reunidos en un salón de clases. La técnica tiene el enfoque dividido en dos partes, la primera fue conocer el nivel de permanencia en la memoria del spot “*Nicaragua Triunfará*”, esto se hizo con la intención de valorar la efectividad del video. La segunda parte del enfoque fue conocer el grado de comprensión de los mensajes que tienen los estudiantes con respecto al spot propagandístico.

Finalmente para el registro de datos se utilizó primero un análisis semiótico de la pieza audiovisual que generó la información conforme se fueron analizando sus

detalles. Este análisis está basado en las teorías de Roland Barthes y Umberto Eco sobre la semiótica, que demanda un estudio de los elementos que componen el video y le dan sentido a ese mensaje (color, imagen, símbolo, texto, mensajes lingüísticos, etc). Posteriormente en el grupo focal se hizo uso de herramientas de grabación en audio para dejar constancia de lo discutido dentro del ejercicio.

Herramientas

A continuación se presentan las herramientas empleadas durante la investigación que permitieron obtener la información necesaria para cumplir con los objetivos propuestos anteriormente. Tales son: guía de observación, grupo focal, test diagnóstico y una entrevista no estructurada.

Guía de observación sobre el objeto. Herramienta 1

Una guía de observación es un instrumento en el cual se establecen diferentes categorías a observar conforme al objeto de estudio (el sport “Nicaragua Triunfará” en este caso) y lo que el investigador desea analizar. Se presenta como un cuadro con columnas en las cuales se ubican las categorías, para permitir un orden lógico en la obtención de los datos.

Debido a la naturaleza del objeto de estudio se empleó esta guía para poder desmenuzar la pieza audiovisual en las aristas de imagen, símbolo, color, personajes y texto. Esto facilitaría el proceso de análisis, por ende es la herramienta más adecuada.

Estos son indicadores sustraídos del video *Nicaragua Triunfará* que se encuentran en la matriz de operacionalización de variables que conducirán al cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Las perspectivas que aborda la guía de observación son la semiótica y el análisis de los mensajes que se encuentran en la letra; ambos de carácter connotativo y denotativo. Es un proceso de reconocimiento de objetos mediante la observación y anotación para su posterior estudio.

Los pasos a seguir son la observación a detalle del video, reconocimiento de los mensajes en su contexto y ubicación en los cuadros para un consenso de significancia según las anotaciones y registros de la observación.

La imagen está dentro de los elementos analizar porque se define como la composición general de cada cuadro del video, en esa estructura se encuentran todos los aspectos que le dan cuerpo al mensaje. Otro elemento a observar es el color; respaldado por teorías psicológicas, le da sentido al mensaje.

Los símbolos están presentes a lo largo del video y no están ubicados al azar. Su característica de relación con la realidad le da fuerza al mensaje de manera abstracta. El texto es relevante al ser una manera directa de emitir un mensaje.

Lo que representa una persona, sin importar su nivel de popularidad; simplemente por sus rasgos físicos y lenguaje corporal, indica un rol en la estructura y expresión del mensaje.

En la letra de la canción también se gestionan mensajes directos o metafóricos, por ende se analizarán las frases más representativas del video, su significado figurado y también el real.

Posteriormente se realizará el análisis de todo lo plasmado en los cuadros para la interpretación de los resultados de la investigación.

Diseño metodológico del grupo focal. Herramienta 2

Con la intención de cumplir con el segundo objetivo específico de la investigación se realizó la propuesta de la siguiente medición cualitativa que dará paso a determinar el nivel de comprensión del mensaje emitido por el FSLN en 2011 con esta pieza audiovisual y la memoria política de los estudiantes de cuarto año de Comunicación Social de la Universidad Centroamericana.

Un grupo focal es una técnica de recolección de información mediante una entrevista grupal semi-estructurada que gira alrededor de una temática propuesta por los investigadores, definición según Escobar & Bonilla (2009, p. 52)

Las autoras establecen que el principal propósito de este método es hacer que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes; hecho no tan fácil de lograr con otras herramientas investigativas.

La muestra fue un grupo de estudiantes de cuarto año de Comunicación Social. Se consideró que ellos tendrían desarrollado el sentido crítico por las clases audiovisuales cursadas a lo largo de la carrera y lograr así obtener una concepción avanzada de los participantes.

Para la selección de los participantes se estableció un perfil que permitiera convocar a gente con criterios apreciativos y técnicos capaces de analizar el video. Con esto se busca la recopilación de información subjetiva que pueda mostrar la comprensión de este grupo tras seis años desde el lanzamiento de la pieza audiovisual.

Lo que se trata averiguar en este grupo focal es:

1. Permanencia del video y la letra en la memoria política de quienes, cuando fue emitido en 2011, eran adolescentes no aptos para votar.
2. Comprensión del mensaje explícito e implícito que la juventud detecta en este video.
3. Comparación entre lo que detectamos nosotros y lo que identificaron ellos.
4. Valoración del video.

Esto quiere decir que en las distintas etapas del grupo focal de 60 minutos, se utilizarán herramientas como la mnemotecnia, con el objetivo de conocer cuánto recuerdan de esta pieza audiovisual; además de considerar que cuando este video salió ellos no podían ejercer el sufragio universal, por ende, en teoría, no eran el público meta. A pesar de eso hay que medir cuánto lo recuerdan. La comprensión no solo se basa en saberse la letra, también en identificar qué es lo que se quiere decir, por eso habrá un panel en el cual se señalarán los mensajes connotativos y denotativos que ellos lograron detectar en el video y posteriormente contrastar lo que ellos vieron y establecer si concuerda con lo que nosotros, por medio de un análisis más elaborado, vimos. Esto ayudará a valorar si el video fue positivo, negativo o interesante.

Test diagnóstico. Herramienta 3

Un test es un instrumento que está diseñado meramente por el investigador con base a la necesidad de encontrar la información que le responda los objetivos, contiene preguntas, dinámicas que son observadas y evaluadas por el investigador. Para esta investigación se diseñó una herramienta que contenía la letra de la canción que aparece durante todo el spot, pero con algunas palabras faltantes que fueron llenadas por quienes asistieron al grupo focal.

La utilidad de la ejecución de este instrumento fue obtener la información necesaria para resolver lo propuesto en el objetivo número dos de esta investigación. El test fue elaborado para conocer cuánto permanecía la canción en la memoria de los estudiantes de cuarto año de comunicación que participaron en el grupo focal; asimismo determinar qué partes de la canción fueron o no olvidadas y por qué.

Entrevista no estructurada a experto Ernesto Valle. Herramienta 4

Una entrevista no estructurada es un estilo en el cual no se formulan preguntas de antemano y sin seguir un orden previamente establecido. Tiene características de una conversación y las preguntas van surgiendo con naturalidad.

La herramienta fue aplicada a Ernesto Valle, quien es un comunicador social egresado de la Universidad Centroamericana (UCA) con Máster en Estudios Culturales con énfasis en memoria, cultura y ciudadanía.

Se le realizó una entrevista abierta o no estructurada, es decir que no existió una guía de preguntas como tal, sino que se le expuso el tema y se le solicitó que proporcionara un análisis sobre la pieza propagandística. A Ernesto Valle se le brindó la guía de observación planteada para este proyecto y posteriormente planteó su análisis a través de un audio.

Este método de entrevista es el más idóneo para permitir que el entrevistado exponga sin filtros ni limitaciones su análisis crítico sobre la pieza, ahondando en los puntos que considere importantes según su criterio como experto. Esto aportará y complementará el análisis previamente ejecutado en este proyecto.

4. DESARROLLO

En el presente capítulo se muestran los resultados encontrados a lo largo de la investigación, estos han sido divididos de forma correspondiente a cada a objetivo específico planteado. Primero se exponen los puntos destacados y luego la discusión que generaron.

Niveles del lenguaje

- Una evocación al pasado para unir a las personas con la idea triunfadora y revolucionaria del FLSN.
- Se compara a Augusto Sandino con Daniel Ortega como forma de investimento para ser el nuevo sucesor de la idea de Sandino.
- Involucramiento de personas de la tercera edad pertenecientes a una generación de guerra que significa la unión de ellas y el FSLN.
- La presencia de jóvenes en grandes cantidades simboliza una estrategia de persuasión con la mayor cantidad de personas en el país, realizando una unión entre el partido y los jóvenes a largo plazo.
- Uso de símbolos patrios mezclados con los símbolos del partido. Dando una idea de que el partido FSLN representa a Nicaragua.
- Utilización de la paleta de colores que representa al patriotismo, sandinismo, naturaleza, paz y la línea del FSLN se ve identificada con el color fucsia.
- Renovación en las formas del FSLN para presentar sus líneas ideológicas, dejando atrás los mensajes testimoniales y optando por un estilo de amor y paz.
- La vasta presencia de mujeres dentro del video se interpreta como un empoderamiento de género a través del FSLN.
- Para demostrar el apoyo al sector económico del país se incluyen imágenes del desarrollo que vino de la mano del Gobierno Sandinista.
- Explotación de la figura de Daniel Ortega para presentarlo como la cabeza visible de este proyecto y acreditarle así los resultados de su Gobierno.

Desmenuzando el Spot ‘*Nicaragua Triunfará*’

En el presente acápite se exponen los resultados obtenidos a través de las herramientas de investigación. Se diseñó una guía de observación para separar las partes de la pieza audiovisual que fueron tomadas en cuenta para un análisis; estas fueron imagen, color, símbolo, texto, persona y letra.

Junto a esto se añadieron las impresiones presentes en los resultados del grupo focal, el cual fue desarrollado con siete estudiantes de cuarto año de Comunicación Social. Asimismo, está presente el análisis del experto en comunicación Ernesto Valle. Este capítulo responderá a los primeros dos objetivos planteados exponiéndolos en un solo resultado.

Se entiende como imagen a todo aquello que aparece en el video de forma explícita. Luego se explicará por qué la selección de cada imagen retomada para comprender los mensajes e interpretaciones detrás de cada una de ellas de la manera más objetiva posible.

Por el lado del color se conoce que cada uno de ellos tiene un significado que sirve para reforzar la composición audiovisual y emitir mensajes. Estos colores encontrados en el video propagandístico “Nicaragua Triunfará” también han sido separados, analizados e interpretados dentro de la herramienta.

También los símbolos que se muestran en la pieza comunicacional fueron analizados e interpretados. Se entiende que cada símbolo es aquella representación que evoca a algo generalmente abstracto.

Después se tomó cada palabra textual de la producción audiovisual y se analizaron individualmente para conocer sus significados literales y los mensajes que la autora de la pieza comunicacional, Rosario Murillo, encargada de la letra con arreglos finales de su hijo Maurice Ortega M; pretendió emitir a través de esas palabras/frases que se exponen en el video.

Además en este análisis se extrajeron a las personas que juegan un rol protagónico en el video propagandístico, aquellas que realizan acciones que transmiten un mensaje fuerte y claro, como también las que tienen cargos importantes o que son

personajes reconocidos nacionalmente. Las acciones y lo que ellos representan es lo que ha sido tomado en cuenta para el análisis; cada acción y persona representa y significa algo.

Por último, se analizó la letra de la canción por separado para decodificar sus mensajes explícitos e implícitos, tomando en cuenta también las figuras literarias dentro de ella. De la misma manera se relacionó la letra con lo que se muestra en la pieza audiovisual, para comprender de mejor manera las intenciones que tiene el video propagandístico al momento de emitir mensajes.

Aquí se encuentra una relación directa entre lo connotado y denotado, no necesariamente son niveles jerárquicos (de mayor a menor) sino la muestra de percepciones sobre los elementos presentes en el video (connotado o denotado) según la lectura que se le dé a la imagen.

En líneas generales, descifrar los mensajes connotados lleva una interpretación implícita y a fondo, mientras que los denotados se basan en asociaciones interpretativas del análisis del contenido explícito que se muestra en el video. Ejemplo de ello es que una amplia presencia de mujeres representa un rol protagónico tanto en el video como en los planes del Gobierno y la muestra de los sectores económicos indica que al FSLN le interesa potenciar el capital del país.

El video *Nicaragua Triunfará* está repleto de un sistema de significantes, es decir, material visual o lingüístico que apunta hacia el significado real que el emisor quiso transmitir, ya sea denotado o connotado. Hace alusiones a la línea en la que se respalda el Frente Sandinista de Liberación Nacional en donde predomina la paz y el amor mediante un bagaje cultural construido por los colores.

Los significantes más destacados del video son los símbolos y la utilización de los colores. Esto ofrece connotaciones que las personas pueden entender mediante asociaciones interpretativas para captar el mensaje central de la pieza audiovisual. Ejemplo de esto es la importancia de la simbología del sol en la letra, decir que Nicaragua “trunfará”, en tiempo futuro; o usar el verbo triunfar como una asociación con la frase histórica de “El triunfo de la Revolución”.

La primera categoría analizada y desarrollada será la imagen, luego seguirá el mismo orden lógico del diseño de la guía de análisis, que no necesariamente corresponde a la sucesión de imágenes de la pieza comunicacional en sí, sino al orden en que aparecen los elementos.

Imagen

El video comienza con una alusión al pasado para vincular el alma heroica de lo que supuso la Revolución Sandinista en 1979. Además, el hecho de que la canción esté en tiempo futuro (Nicaragua Triunfará) da un sentido de totalidad a los posicionamientos políticos actuales del FSLN.

La pieza comunicacional inicia con una remembranza del día en que la Revolución Sandinista triunfó. En estos clips solo se muestran las partes en las que Daniel Ortega protagoniza; también se ve la multitud de quienes lucharon en la guerra que se desbordan de felicidad para celebrar el derrocamiento de la dictadura somocista.

El experto Ernesto Valle destaca la presencia de la caída del caballo de Somoza, imagen icónica de la revolución que dio la vuelta al mundo. También se muestra a Ortega alzando el puño frente a la multitud en señal de victoria. Valle indica que es una manipulación de la memoria porque nos hace pensar que tuvo el papel más importante; olvidándonos de los demás personajes que de igual manera fueron relevantes en esta gesta.

Esto sugiere una forma de usar esta hazaña en la que se muestra solo el papel de Ortega para reafirmar su importancia en la historia y justificar el porqué de su candidatura de 2011. Iniciar con esa secuencia de archivos en video de la revolución también significa que el partido aún conserva los valores del sandinismo.

Connotativamente se entiende que la exposición de imágenes en las que se muestra a Daniel Ortega como único rostro reconocible, es un intento de darle realce a su participación en la historia de la Revolución Sandinista, agrandando así su imagen como el personaje más importante de este acontecimiento. La sobreposición de rostros intenta crear una unión entre Sandino, héroe nacional, con el sandinismo actual.

Según los participantes del grupo focal en esta secuencia de imágenes Daniel Ortega acapara toda la atención de la nueva época del sandinismo. Sin embargo, según los estudiantes, Sandino sigue significando libertad, y su figura es la que persiste como estandarte del pasado del FSLN.

Luego aparece la imagen de fuegos artificiales los cuales son normalmente utilizados en celebraciones grandes. Esto envía el mensaje de que el triunfo de este Gobierno es digno de una celebración para el país, además que al momento va acompañada de la frase “Luz de libertad”; esto significa que este candidato es una persona iluminada que llegó para liberar al pueblo de Nicaragua y esto es un acontecer que llena de felicidad y por lo tanto debe festejarse.

La siguiente imagen mostrada son la serie de parques que ha construido el Gobierno, el cual ya había cumplido con su primer período (2006-2011). Exponer estos logros muestra el interés que tienen los dirigentes con la niñez nicaragüense, pues muestran su aporte a la recreación sana y al avance en la infraestructura del país. Ernesto Valle señala que con los parques de la niñez feliz apelan a los beneficios que han sido dados por Ortega. Es una forma de justificar el proyecto con todo lo que se ha hecho en el primer periodo de Gobierno.

Después se muestra al sector económico primario, es decir la pesca, ganadería, agricultura, etc. Esta imagen se interpreta como el interés que tiene este partido político con este sector de la economía, enviando el mensaje de que con este Gobierno se apostará por desarrollar y apoyar a este sector encargado de producir la materia prima, además de lanzar una unión entre la empresa privada y el pueblo con la intención de beneficiar al individuo. Para el grupo focal esto significó que toda la gente sonriendo en los fotogramas de los sectores económicos son estrategias de persuasión para indicar que con el FSLN este sector está a gusto.

Las tres partes (investigadores, grupo focal y experto) destacaron la aparición de muchas mujeres, quienes tienen un rol protagónico durante toda la pieza audiovisual. Esto se interpreta como el empoderamiento y valor de la mujer con el partido político. Envía el mensaje de que la mujer tendrá un rol principal con el Gobierno, respetando sus derechos y reconociendo su aporte a la sociedad. Se

muestran damas contentas y fieles al partido, algo que denota la confianza que le tienen a los ideales del Gobierno porque se sienten incluidas y seguras.

Históricamente la mujer ha sido relegada ante el hombre y en el sandinismo se ha rescatado su valor. En el video propagandístico se muestra este realce a la mujer, la cual es una constante durante toda la pieza. Esto con la intención de captar los votos de la mujer nicaragüense que apueste por este Gobierno en el cual su género es valorado y reconocido.

En el video también se pueden apreciar plazas llenas, como símbolo de unión, aceptación y respaldo entre el Gobierno y el pueblo. Además de ser convocatorias amplias, representan que el FSLN sigue dándole a la gente razones para celebrar, ya sean por eventos culturales (repliegue, 19 de julio), políticos (tomas de posesión) o deportivos. Los estudiantes del grupo focal coincidieron que se reflejan en el video constantes aglomeraciones que hacen representa armonía entre el FSLN y el pueblo.

Igualmente se rescatan del video escenas donde aparecen personas vestidas con trajes folklóricos. Representación de la importancia de los aspectos típicos y culturales de la idiosincrasia nicaragüense que seguirán teniendo, según el video, un rol importante al momento de construir la interculturalidad. Los participantes del grupo también identificaron una variedad poblacional mientras que el experto recalca la presencia de manifestaciones culturales propias. Temas de la costa atlántica sabiéndose los antecedentes de la segregación que ha habido con ellos.

Si de inclusión se trata, la presencia de paisajes, comida y personas que radican en la Costa Caribe indican que no se pretende dejar atrás a esta región, que usualmente es apartada al momento de hablar de Nicaragua. Asimismo, es una estrategia de persuasión para ratificar y conseguir votantes de esta zona geográfica.

En el video se muestra también una secuencia de inauguraciones, que representan progreso, desarrollo y nuevos comienzos, además de la vitalidad en los rostros de las personas que están presentes en estas aperturas, es una manera más de contentar a la gente mediante el avance social.

Para el experto los proyectos urbanos mantienen contenta a la gente. No solo se enfoca en realizar nuevos comienzos, también en asegurar la estabilidad económica de las personas mayores con las imágenes de jubilados recibiendo dinero, una vez más, felices y realizando el símbolo de paz.

Otro elemento presente es la exaltación de los recursos naturales de Nicaragua con la constante muestra de lagos, volcanes y más paisajes. Esto puede considerarse una disposición para proyectar una imagen colorida de Nicaragua, que les interesa preservar las riquezas naturales y además una estrategia de turismo.

Entre otras partes a recalcar son el papel destacado que tiene la promoción del derecho a la educación pública y la salud, por medio de certificados de alfabetización, tomas en salones de clases y distribución de medicamentos junto con utilización de aparatos tecnológicos dedicados a la medicina, demostrando una preocupación legítima por la calidad de vida de la población.

Los estudiantes del grupo destacaron sobre el video la gente alfabetizada, hay trabajo y gente con mayor educación además de progresar en tecnología y una directa vinculación del trabajo con la juventud.

Color

Un color tradicionalmente representativo en los últimos lustros por parte del FSLN es el fucsia, que está presente desde el primer segundo del video de *Nicaragua Triunfará*, y que según Eva Heller “el color del que nadie puede decir nada malo” (2008, p. 213). Es un color que representa energía, entusiasmo, vitalidad y que denota juventud. Razón directamente proporcional a que la mayoría de personas que aparecen en la pieza audiovisual son jóvenes.

Otro color presente en el video es el verde, que se puede apreciar en los numerosos panoramas de Nicaragua que se muestran. Significa vida e importancia hacia la naturaleza.

Más colores dentro de la paleta de este video son: morado, que significa bienestar, éxito y se le puede relacionar con aspectos eclesiásticos. El amarillo representa

alegría, energía y está en la bandera de la Iglesia; asimismo el blanco, que también significa pureza y está presente en las camisetas de los integrantes de la Juventud Sandinista.

El celeste, representado en el cielo y los mares, está asociado con la generosidad y la vida de bien. Del mismo modo el naranja está presente en el video, representa entusiasmo, emoción y calidez.

Entre los colores con representación directa son el rojo y el negro, constituyentes de la bandera del FSLN, que significan según Sergio Ramírez en *Pensamiento vivo de Sandino* "Libertad o muerte" (1981, p. 46)

El azul y blanco, colores de la bandera de Nicaragua, están presentes en múltiples ocasiones, que representan la paz y la pureza, además de un claro sentido patriótico y respeto por la nación.

Dentro del grupo focal, los estudiantes resaltaron los colores verde (paisaje), blanco (camisas) y rosado (afiches, logos); todos ellos siendo expuestos con tonalidades más vivas y cálidas, lo cual para Ernesto Valle envían una sensación de cercanía con el proyecto propuesto por el partido.

Además el experto destaca que se observan las palabras "libertad", "igualdad", "fraternidad" sobre colores que no han sido tradicionalmente los que identificaron al FSLN, un movimiento de izquierda nacional; frente al rojinegro se antepone el fucsia y el verde. Esta estrategia funciona para crear un desunión entre el pasado sangriento del partido y desvincularlo del antiguo discurso bélico con nuevos colores que renuevan la cara del partido. Cada color utilizado tiene una connotación positiva.

Símbolo

Existe una gran cantidad de elementos significantes que desembocarán en interpretaciones diferentes de cada persona que mire el video. Aunque ninguno de estos está situado de manera aleatoria.

Por orden cronológico de aparición se analizan en este texto. El primer símbolo es La Catedral Metropolitana de Santiago Apóstol de Managua, que representa la unión estrecha entre el Gobierno y la Iglesia. Esto significa que el partido político promueve los valores de la religión católica que es mayoría en el país.

Continúa con la caída de la estatua de Anastasio Somoza, una exaltación de la histórica escena que representaba el fin de la era somocista y la toma de poder del FSLN en 1979, colocar esto en el video es sinónimo de exponer que el Frente ya triunfó en el pasado, y, a como recita la letra, otra vez triunfará, esta vez bajo la ideología que muestran todas las piezas de armonía que conforman el video.

Prosigue la comparación entre Augusto C. Sandino y Daniel Ortega, que representa el relevo de funciones entre ambas personalidades para demostrar la influencia y responsabilidad con el pueblo nicaragüense; dándoles el mismo sentido de heroísmo a Sandino y a Daniel Ortega, donde se transmite la herencia de la misión que tenía el primero. Es, además, contextualizar la situación y dar distinción a Sandino para tener autoridad y evocar así las raíces del partido político. Los estudiantes del grupo destacan que el FSLN ha tenido muchos héroes además de Sandino, y a pesar de ello solo aparece él en esta pieza propagandística.

Un símbolo ambiguo presente en el video es la conexión entre el número dos de la casilla del FSLN y el gesto con las manos que simbolizan la paz, que en principio representan lo mismo simultáneamente. Es la armonía en el país, poder afirmar que no existe más guerra en el país. Además este símbolo de paz está grabado en la piel de la juventud que ha vivido sin guerras estas últimas tres décadas.

Ernesto Valle resalta la acción de niños contentos haciendo el gesto de “2” con sus dedos como un intento de sensibilizar a la gente. Indicando que no solo los mayores creen en el Gobierno sino que los niños, muchas veces portando banderas, se han apropiado de la ideología del partido.

Un simbolismo significativo es el de la presencia de un hombre en una secuencia del video en posesión de muletas, que figura la inclusión de las personas con discapacidad y que pueden contar con el Gobierno para salir adelante, como el

sujeto del video. Valle recalcó además el lenguaje de señas presente en una secuencia. Apelan a reconocer a la gente sordomuda. Esto hace que la propuesta de este partido sea inclusivo dentro de su campaña.

Como remembranza de logros pasados que siguen vigentes en la actualidad aparece la bandera de la cruzada nacional de alfabetización para evocar que en aquellos tiempos difíciles conseguían beneficios que velaban por el bien de la sociedad.

La presencia de una escena que llama la atención es el beso de una anciana a un póster de Daniel Ortega, que personifica la simpatía de las personas mayores por el presidente. También significa una reconciliación de esta generación para con el partido, ya que ellos vivieron la peor parte del tiempo post-revolución con la contra.

Texto

En este apartado se habla de las letras que aparecen a lo largo del video, en diferentes tamaños, colores y momentos del video, teniendo un significado que sean palabras resaltadas. En total son doce, la mayoría rodeadas de los colores morado, lila y verde con la fuente propia en blanco.

La palabra 'Libertad' manifiesta la soberanía nacional en la que está el pueblo bajo este Gobierno. Asimismo, 'igualdad' quiere resaltar una comunidad que no segrega ni discrimina y en donde todos tienes los mismos derechos.

'Paz' representa el estado de armonía que hay, distinto a décadas anteriores en donde eran años de guerra. Otro valor promovido es la 'Fraternidad' que es el trato que las personas deberían darse a pesar de tener diferencias entre sí como una fórmula para progresar.

Las letras más resaltadas son las que pronuncian 'Nicaragua Triunfará', que aparecen en amarillo y se repiten tres veces a diferencia de los otros textos. Es lo que dice el coro. Está en tiempo futuro porque es un objetivo por cumplir, que desde el presente con los valores e ideologías que promueve el Gobierno se va construyendo. Puede significar un mandato de largo plazo por parte del FSLN. El

color amarillo es para resaltar la frase y simboliza la luz del sol, que es energía y vida.

La palabra 'Amor' destaca como la base filial/utópica que sirve como combustible para que los otros *textos* tengan sentido, es decir, sin amor no hay nada de lo que dicen los otros textos. Que diga 'Vida' representa una mejoría en la calidad de vida del pueblo. 'Unidad' es un valor humano que simboliza solidaridad y empatía por las personas que te rodean. El mensaje que se entiende es que ya no existe una Nicaragua fragmentada ni con rencores, sino que trabaja en conjunto.

La 'Comunidad' promueve querer el bien personal y alegría por ver a los demás progresar. El mensaje que transmite esta palabra es mirar a Nicaragua como un solo conjunto que vive en armonía y trabajan juntos. De igual forma la 'Dignidad' invita a la gente a ser honorable en sus actos y con valores merecer las cosas; dando sentido de plenitud.

Cuando resalta 'Nicaragua vive en libertad' hace referencia al presente, en donde sugiere que las personas actúan según su voluntad y hay democracia. También es un recordatorio a que ya no estamos bajo la dictadura de Somoza ni en guerras. Además cuando pone 'Trabajo y Paz' señala el deseo de progreso ejerciendo labores en paz y dando oportunidades profesionales a todos para una mejor vida.

Personajes

Esta división está compuesta por el análisis de lo que representa una persona, sus gestos, rasgos físicos o posición social que poseen un papel trascendente en la estructura y expresión del mensaje.

La primera persona que pertenece a este grupo es una mujer joven (Mendy Pravia) que lidera el grupo de la juventud y representa una Nicaragua joven y positiva. Simboliza la confianza y valor que le da este Gobierno a las mujeres, creando oportunidades de trabajo para ellas y desempeñando roles de alto nivel. Hace un gesto con la tela rosada sobre la cual se proyecta Sandino y consecuentemente el "relevo" de Daniel Ortega.

La presencia de una multitud de personas pertenecientes a la Juventud Sandinista que gesticulan promoviendo compromiso y valores, todos los jóvenes que aparecen en este video pertenecen al partido, emitiendo el mensaje de que toda la juventud del país simpatiza por el Gobierno; la Juventud Sandinista es la juventud de Nicaragua.

Para los integrantes del grupo focal juventud significa presente y la niñez el futuro. De igual manera recalcan la participación de los jóvenes porque son la mayor parte de la población y los más fáciles de persuadir. Las revoluciones se han basado en lo que piensan los jóvenes, estipularon en el grupo.

Por otra parte, Ernesto Valle resalta la presencia que jóvenes jugando, cantando, haciendo deporte. Y que representar a los jóvenes como personas alegres dentro de las manifestaciones del sandinismo es inteligente porque son el grueso de toda una población. También le parece interesante que esta gente apelara a esta música porque la brecha de edades de quienes la han identificado es desde las personas de la vieja guardia con la original de Ben E. King y los jóvenes de 2011 con la versión de Prince Royce.

Actualmente Nicaragua goza del bono demográfico, el cual representa la población laboral activa entre 15 y 59 años. Incluir a los jóvenes es establecer bases para que en el futuro se dé una especie de continuismo, en donde votar por el Frente sea más una tradición que una opción política.

La multitudinaria presencia de los jóvenes se ve acompañada de una numerosa participación de la niñez en este video. Expresa el interés del partido por captar la atención de la niñez; una estrategia para reclutar simpatizantes desde esta edad y alinear esta generación al partido político desde antes para que elijan al mismo Gobierno en el futuro que esta generación ejerza su derecho al voto. Valle añadió que se respalda a la juventud demostrando una preocupación por lo digital al colocar celulares en un par de tomas dentro del video.

Un personaje destacado es Rosario Murillo, quien posee un papel protagónico en el Gobierno; puede ser visto como un adelanto de lo que se vive en la actualidad; en

ese entonces Primera Dama y ahora Vicepresidenta. Valle manifestó que en el segundo 46 se puede ver a Daniel Ortega junto con Rosario Murillo siendo posicionada como relevo de poder en un plano en donde los alrededores están desenfocados, quitándole relevancia a todas las personas dentro del plano, toma que atribuye la condición de poder a la pareja.

El video cuenta también con la aparición de Román 'El Chocolatito' González, líder de opinión y figura admirada por todos los nicaragüenses sin importar su partido político, invicto en ese entonces, sinónimo de triunfo al igual que el Frente a partir de 2007. Utilizar a un personaje tan importante para la población como allegado al partido emite el mensaje de que el Gobierno se desempeña igual de bien que el deportista.

Entre lo que más les llamó la atención a los jóvenes en el grupo focal fue la presencia de Román González, uno de los héroes deportivos nacionales que dando respaldo al partido político da un sentido nada azaroso a su presencia en este video.

De igual manera el experto dijo que es una divinización, mientras se aprecia la bandera del FSLN y del país, a él, representante de lo que es ser nicaragüense, gritando "Viva Nicaragua, viva la 2, viva Daniel,". Es prácticamente ver a una gloria nacional invitando a votar por el partido político. Estableciendo que si no estás con Nicaragua si no estás con Daniel Ortega.

La participación de personas de la tercera edad simboliza una distinción con los adultos que han sido parte de la historia del Frente. Tanto asiduos como reacios, porque también se interpreta una reconciliación con este segundo sector poblacional, donde se encuentran excombatientes y madres pertenecientes a una generación de guerra quienes guardan el rencor de haber perdido a sus hijos en la contrarrevolución.

Nuevamente se hace alusión a las personas con capacidades diferentes como muestra de una inclusión de este sector de la población, emite el mensaje de que todas las personas con alguna discapacidad son incluidas socialmente en este

Gobierno. También se infiere que los heridos de guerra que sufren una discapacidad son valorados y apoyados.

Para cerrar este apartado cabe destacar la aparición del Cardenal Miguel Obando como una muestra más de la unión entre la Iglesia Católica y el Gobierno.

Mensajes Líricos

En este apartado se habla del análisis de la letra de la canción y las interpretaciones por medio de figuras literarias. En este inciso también se exponen los resultados obtenidos en el grupo focal, ya que se les brindó una hoja con la letra a cada estudiante para que pudieran realizar un análisis lírico.

- *Cuando el sol salió, cuando el sol volvió, nos llegó una luz de libertad.*

Compara a Sandino con Daniel Ortega por medio del símil, utilizando al sol como figura; manifiesta un relevo en la toma de poder. Para los estudiantes del grupo focal esta parte hace alusión al derrocamiento de Somoza y establecimiento del FSLN como partido político.

- *Nunca más la oscuridad, ahora sí, libertad, igualdad, fraternidad.*

Es una metáfora en la cual “oscuridad” significa los años no tan prósperos en Gobiernos previos. Esto coincide con la interpretación de los estudiantes quienes además dijeron que el mensaje implícito es que el FSLN salvó a Nicaragua de esa oscuridad en la que vivía.

Luego se facilitó a cada estudiante una hoja en donde tenían que completar la letra con las palabras que faltaban. Cinco de los siete (71.42 %) se sabían por completo el primer párrafo. Seis (85.71 %) tenían total conocimiento del coro.

El hecho que la mayoría de los estudiantes recuerden la primera estrofa se debe a que es una adaptación de las canciones más populares de la historia (Stand by me – Ben E. King) y que al comienzo de la versión sandinista, la voz se escucha clara porque está acompañada solamente por una guitarra.

- *Y otra y otra vez, triunfará, Nicaragua, triunfará, porque hay paz, hay amor y dignidad.*

Al haber tomado el mando el FSLN nuevamente, indica mediante una anáfora que con esos tres elementos presentes en la estrofa, lograrán triunfar. Esta misma frase, según los participantes del grupo focal, significa que este Gobierno se mantendrá en el poder por mucho tiempo; basándose en la repetición de la frase “otra vez”.

- *Cuando el sol, que yo veo aquí, se alza con fe. Yo no tengo, yo no tengo ni un temor.*

Es una metáfora que hace alusión al pasado, cuando había miedo y situaciones difíciles. El sol nuevamente representa a Daniel Ortega.

- *Yo ya sé que viviré en unidad, comunidad, yo ya sé que Nicaragua triunfará.*

En esta anáfora decir “Yo ya sé” (reiteradas veces) es dar por hecho que el proyecto del FSLN tendrá éxito.

- *Nicaragua preparada para la unidad, en Estelí, Chinandega, hasta el Río San Juan, comunidad entera mis paisanos de mi tierra, esta es mi libertad mi fraternidad sincera.*

En esta parte de la canción, un rap, que en principio es para modificar la estructura original de *Stand by me* y hacerla más agradable a los jóvenes, menciona puntos a lo largo del territorio nicaragüense y sobresalta la unión y la libertad de los pobladores. Es apelar a la razón del enemigo común para unificar al pueblo y representar al Frente como un Gobierno que va a defender la soberanía del Río San Juan. Coinciden también los estudiantes de Comunicación Social ya que lo interpretaron como una táctica por incluir a todos los departamentos en los planes de Gobierno y dar valor a las comunidades rurales.

- *Vamos a ganar, vamos todos este nuevo año a romper cadenas por amor a mis pueblos hermanos, unidad en Nicaragua somos libres, en mi tierra mis paisanos el amor es lo que viven.*

La metáfora de “Romper cadenas” es interpretada como terminar con el descontento que tenían los sandinistas de antaño con este Gobierno. También “la cadena” es interpretada por los 16 años que gobernó el partido liberal.

Hallazgos grupo focal

- El 90 % de las personas recuerdan el coro de la canción *Nicaragua Triunfará* porque dijeron que se repetía muchas veces y que eso hizo que fuera lo más memorable de la canción.
- El 60 % asocia directamente la frase “Cuando el sol...” sin música ni imagen con el cover político de *Stand by me*.
- Se encontró que los integrantes tienen mejor retentiva cuando se trata de recordar el sonido que la parte visual del spot.

Comprensión y permanencia del mensaje de los estudiantes

De acuerdo con las interpretaciones y el análisis expuesto se concluye que los estudiantes de Comunicación Social de cuarto año tuvieron un nivel medio de la comprensión del mensaje. Encontraron puntos clave y coincidieron en algunos aspectos y comentarios sobre el video, pero generalmente de una manera superficial, sin problematizar los aspectos que encontraron.

Los estudiantes llegaron a un consenso y determinaron que el mensaje central es *Unida Nicaragua triunfa*. A la vez que *Todos y cada uno de nosotros está representado en este video*. Esto es una apreciación acertada de la pieza comunicacional, ya que han encontrado los argumentos que refuerzan esta idea.

Los participantes del grupo focal recordaron principalmente el coro de la canción, la mayoría concordó en que se debía a que en su momento el video fue emitido muchísimas veces, lo cual causó que se grabara en sus mentes.

“...se escuchaba por todos lados, de alguna u otra manera quedó pegada en el inconsciente colectivo, incluyéndome”

Entre otras piezas audiovisuales de carácter político que recuerdan son: El gallo ennavajado, la consigna, una de Eduardo Montealegre de 2006. Todo esto de etapas de cuando el Frente era más revolucionario. Ahora es más optimista y quiere dar esperanza.

Por otro lado, los participantes reconocieron la importancia que tienen los spots propagandísticos al momento de unas elecciones y enfatizaron que a modo general, la pieza comunicativa cumple su objetivo:

“El video está bien logrado... No le cambiaría nada al video, el mensaje es claro, cualquier persona lo puede entender”.

Para ellos, el video sigue siendo válido en la actualidad, no hay datos ni estadísticas o indicadores del supuesto cambio del país de 2011 para acá. Son mensajes positivos y seguirá siendo admitido. Lo hace permanente. La sencillez de las estrofas le permite permanecer con los años a través de un mensaje esperanzador, según los estudiantes.

Valoración de la pieza audiovisual

- Coincidencia perceptual entre los participantes del grupo focal, el entrevistado y los investigadores en que es astuto utilizar a la niñez y a íconos nacionales como Román González porque significa el visto bueno para el FSLN por parte de la gran cantidad de infantes presentes en el video y la aprobación y respaldo de una figura pública que representaba en ese entonces victoria.
- Existen partes de la canción que no fueron efectivas, como el rap, por la carencia del peso de su mensaje ubicado en un elemento narrativo difícil de comprender.

- La producción no pierde vigencia debido a que expone un proyecto a largo plazo; en el cual se representan los objetivos propuestos por el partido político.
- Una de las razones del éxito de esta pieza audiovisual fue transmitirlo en varias plataformas, causando así que llegue a la mayor cantidad de personas posibles
- El video logró su objetivo final, permanecer en la memoria de quienes la escucharon hace seis años.
- Para calar en la memoria de la gente, las frases más importantes se repiten varias veces con el objetivo de crear un recuerdo a base de hacer hincapié en dichos enunciados.

Efectividad de la pieza audiovisual

En el actual capítulo se exponen los resultados que responden al tercer objetivo de investigación inicialmente planteado. Luego de la aplicación de las herramientas (guía de observación, grupo focal, entrevista) y los análisis empleados fue posible determinar la efectividad del video *Nicaragua Triunfará* correspondiente a la campaña política del FSLN para las elecciones presidenciales de 2011.

Teniendo en cuenta la permanencia en la memoria, se pudo comprobar que a seis años de su lanzamiento el video no pierde vigencia debido a que expone un proyecto a largo plazo; en el cual se representan los objetivos propuestos por el partido político.

Está constituido por una melodía pegajosa, utiliza analogías con palabras sencillas y representa un planteamiento estratégico al aprovechar recursos de semiótica, letra y aprovechar su facilidad para transmitirlo en varias plataformas, causando así que llegue a la mayor cantidad de personas posibles. Actualmente utilizan la letra sin el video porque el único inconveniente con su actual vigencia es la presencia del otrora vicepresidente Omar Hallelevens, cuyo puesto ocupa ahora Rosario Murillo.

Para los efectos de una campaña política, lo más adecuado es lanzar un producto audiovisual que pueda ser reproducido en medios masivos tales como televisión e internet; claves para una difusión exitosa.

De igual manera dentro de la canción las frases más importantes se repiten varias veces (*Y otra y otra vez, triunfará, Nicaragua triunfará, porque hay paz, hay amor y dignidad*) con el objetivo de crear un recuerdo a base de hacer hincapié en dichos enunciados.

Otro punto que hace a la pieza efectiva es apelar a la juventud. Dentro del video es notorio que los protagonistas son la generación joven, la cual es mayoría en el país, traduciéndose a una mayor cantidad de votantes que si son captados ahora, perdurarán durante varios períodos electorales. De la misma manera, la canción en sí (como audio), es interpretada con géneros que son comúnmente asociados a los jóvenes, como el rock, pop y el rap; esto es una clara apuesta por ganarse la simpatía de la juventud.

En otro sentido, con base en los resultados de las herramientas se concluyó que la parte del rap de la canción no fue efectiva, debido a que en el grupo focal se reflejó que la mayoría no recordaba en su totalidad esta parte de la canción. Sin embargo, se encuentran dentro de esta pieza lírica mensajes importantes como la inclusión de varios rincones del país (Estelí, Chinandega, Río San Juan) y metáforas tales como "*romper cadenas*" que simboliza haber superado las dificultades de tiempos pasados.

Pese a este error, la producción propagandística es efectiva. Esto queda demostrado por el uso que se le da a la canción en las presentes campañas y eventos del partido político, lo cual representa la vigencia de un mensaje bien estructurado.

5. CONCLUSIONES

Para finalizar este proceso investigativo es necesario retomar la importancia que tiene la semiótica para lograr un análisis pleno del mensaje de la pieza propagandística “Nicaragua Triunfará” emitida por el partido político FSLN en el 2011 para las elecciones presidenciales de ese año.

El spot tiene un contenido altamente significativo en cuanto a símbolos, colores, imagen, personajes, etc. que cada uno está dentro del video por un motivo y para enviar mensajes; y no por cuestiones de azar. Durante la investigación se encontraron las dos demarcaciones de lenguaje expresadas por Eco, el denotativo y el connotativo, de este modo se refuerza la teoría de Barthes, quien expone que el mayor peso cae en la lingüística de la pieza comunicacional.

Al observar y analizar con detenimiento cada arista del producto audiovisual se lograron comprender los mensajes que transmite, siendo el mensaje central la proyección de una Nicaragua unida con el Gobierno, con representaciones de cada miembro de la sociedad del país; haciendo un énfasis en la juventud que respalda a este Gobierno, esta ideología de respaldo se ve también como heredada a las generaciones por venir.

Estos mensajes fueron recibidos por la mayor parte de los estudiantes de Comunicación Social que participaron en una parte de la investigación (grupo focal), es decir que encontraron los significados de los distintos elementos analizables presentes en el video. El nivel de comprensión es considerado satisfactorio ya que identificaron el mensaje principal, algunos implícitos y otros de forma superficial.

También dentro del recuerdo político de los estudiantes se concluyó que existe la permanencia de la pieza dentro de ellos. Esto fue comprobado a través de las pruebas realizadas en la herramienta investigativa empleada. Esta conclusión lleva a la siguiente, la cual es que el producto de propaganda es efectivo y aunque tuvo puntos bajos donde se pierden muchas ideas, el mensaje logró ser comprendido y permanecer dentro de la memoria de quienes lo recibieron hace seis años.

6. RECOMENDACIONES

Son los deseos e inquietudes referidos al problema investigado. Surgidos en el o en los investigadores durante la realización del estudio o después del mismo. Refleja ideas que ayudarán a sugerir opciones de solución viable a los problemas encontrados y nuevos panoramas para investigaciones futuras

A la Universidad Centroamericana

- Brindar espacios con todos los equipos necesarios para el desarrollo de actividades que conlleven análisis de multimedia.

A investigadores

- Que tengan el deseo de realizar un análisis técnico de la producción de este o más videos políticos producidos por el Frente Sandinista de Liberación Nacional o cualquier otro partido.
- Que establezcan qué dimensiones quieren analizar de un video (sonido, video, letra, colores y más).
- Que contemplen analizar comparativamente los videos del FSLN y los demás partidos para establecer la diferencia económica y discursiva entre ambos estilos de producción.
- Con la intención de razonar sobre el cambio de línea política del FSLN con respecto a campañas anteriores a la de 2006.
- Quienes crean oportuno cambiar la perspectiva de análisis de este video y realizar un estudio del discurso en lugar de la semiótica.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amparán, A. (s.f). *El framing audiovisual del spot político*. Cultura y representaciones sociales, Universidad Autónoma de México, pp. 174 - 197.
- Barrantes, R. (2002). *Investigación: Un camino al conocimiento*. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Barthes, R. (1982). *Retórica de la imagen*. Barcelona, España: Editorial Paidós.
- Eco, U. (1986). *La estructura ausente*. Barcelona, España: Editorial Lumen, S.A.
- Escobar, J., & Bonilla, F. (2009). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. *Cuadernos hispanoamericanos de psicología*, Vol. 9, pp. 51-67.
- García, V. & D'Adamo, O. (2006). *Comunicación política y campañas electorales Análisis de una herramienta comunicacional: el spot televisivo*. Buenos Aires. Pp. 81 – 111.
- Gonzales, M. (2016). *Comunicación Política y Semiótica. Análisis comparativo de los spots de la Campaña Presidencial de Ollanta Humala*. En: O. Leyva, ed., *El spot político en América Latina: enfoques, métodos y perspectivas*, 1ra ed. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Pp.233 - 237.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGraw-Hill.
- Heller, Eva. 2007, *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España.
- Lifschitz, J. & Arenas S. (2012). *Memoria política y artefactos culturales*. Estudios Políticos, 40, Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, (pp. 98-119).
- Mondría, J. (2004). *Diccionario de la comunicación comercial*. España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Ramírez, S. (1981). *Pensamiento vivo de Sandino Parte 1*. Managua, Nicaragua: Editorial Nueva Nicaragua. P. 46.

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.ªed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>

Vásquez, B. (2012). *El desperdicio del bono demográfico.*, de El Colegio de la frontera Norte Sitio web: <https://www.colef.mx/opinion/el-desperdicio-del-bono-demografico/>

Yanes, R. (2007). *La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada*. Ámbitos, Vol 16, p. 357.

8. ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Objetivo General	Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Indicador	Tipo de indicador	Fuente	Técnica	Instrumento
Analizar por medio de la semiótica las cualidades propagandísticas del spot “Nicaragua Triunfará”	Desmenuzar el producto audiovisual “Nicaragua Triunfará” con base en la semiótica para interpretar los mensajes explícitos e implícitos presentes.	Mensajes implícitos	Semiótica de la imagen	Imagen, color, símbolo, animación, texto ,quiénes aparecen en el video	Cualitativo	Video	Observación	Matriz de análisis
		Mensajes explícitos	Mensajes en la lírica	Metáfora, figura literaria	Cualitativo			
	Determinar la comprensión del mensaje del spot con estudiantes de Comunicación Social de cuarto año de la UCA,	Nivel de comprensión	Recuerdos Postura	Qué recuerda, cuánto recuerda. Está a favor del	Cualitativo	Estudiantes de comunicación Social	Cuestionario	Grupo focal

<p>producido por el FSLN en 2011 que aún permanecen en la memoria política de los estudiantes de cuarto año de Comunicación Social.</p>	<p>para identificar el nivel de permanencia en su memoria política.</p>			<p>video o está en contra.</p>				
	<p>Argumentar mediante los resultados obtenidos en las herramientas la efectividad de la pieza audiovisual para valorar sus cualidades propagandísticas.</p>	<p>Cualidades propagandísticas</p>	<p>Valoración de la efectividad de la pieza audiovisual</p>	<p>Fue efectiva Fue poco efectiva</p>	<p>Cualitativo</p>	<p>Resultados del grupo focal</p>	<p>Comparación analítica</p>	<p>Cuadro comparativo</p>

ANEXO 2

DISEÑO METODOLÓGICO DEL GRUPO FOCAL

Diseño Metodológico				
Actividad	Descripción de la actividad	Insumos requeridos	Tiempo en minutos	Responsable
Introducción y presentación de los objetivos del grupo de enfoque.	En esta parte se explicarán las actividades, se presentarán brevemente cada uno de los participantes y se realizarán las instrucciones generales.	—	4min	Moderador
Momento 1.				
Evaluación de los criterios de contenidos y procesos de retroalimentación				
Recuerdos del video	El facilitador presenta como reactivo una imagen con la frase “cuando el sol...”	Imagen fondo negro letras blancas	8min	Moderador y asistente
	Los estudiantes comentan en plenario bajo una moderación y guiada por algunas preguntas provocadoras de discusión. Mientras tanto alguien graba y levanta la memoria.	—		
Contextualizar en retrospectiva el video	Hablar de cómo eran ellos cuando el video se hizo público en 2011	—	3min	Moderador

Momento 2.				
Reproducción del video				
Actividad	Descripción de la actividad	Insumos requeridos	Tiempo en minutos	Responsable
Reproducción de los primeros dos minutos del video	Se reproducirá la canción sin video para que comprueben qué tanto recordaban de esta.	Computadora, Datashow, video <i>Nicaragua Triunfará</i> , hojas con la letra.	5.5min	Moderador
Comprensión	Los asistentes exponen qué entendieron de la canción y qué mensaje reciben de él en la actualidad	—	8min	Moderador
Break	Los estudiantes toman su refrigerio en un receso	Repostería, bebidas, vasos, platos, servilletas.	9min	Moderador y asistente
Reproducción del resto del video	Se presenta el video para que hagan su respectivo análisis de lo que ven	Computadora, Datashow, video <i>Nicaragua Triunfará</i>	5.5min	Moderador
Comprensión	Los asistentes exponen qué entendieron de la composición del video y qué mensaje reciben de él en la actualidad	—	5min	Moderador y asistente
Guía de observación	Los estudiantes anotan en una hoja con los parámetros hechos por nosotros qué composiciones pueden destacar del video	10 hojas con la guía de observación	5min	Moderador y asistente

Momento 3.				
Etapas de preguntas, valoraciones y conclusiones				
Actividad	Descripción de la actividad	Insumos requeridos	Tiempo en minutos	Responsable
Ronda de preguntas	Se harán preguntas de carácter social y comunicacional	Lista de preguntas	5min	Moderador
Valoración de los estudiantes	Los participantes dirán su apreciación sobre el video y dirán si fue positivo, negativo o interesante	—	6min	Moderador
Conclusiones	El moderador hará un cierre resumiendo todo lo que se dijo durante el panel	Pizarra, marcadores	5min	Moderador y asistente

Lista de preguntas del momento 1

1. ¿Cuánto recuerdan de la letra?
2. ¿Y del video?
3. ¿Consideran que esta pieza audiovisual fue relevante para la victoria del FSLN en 2011?

Lista de preguntas del momento 3

1. ¿Cómo ha cambiado la línea política del FSLN?
2. ¿Por qué para el FSLN es importante incluir a los jóvenes?
3. ¿Qué tan persuasivo es este video?
4. ¿Qué elementos tiene esta canción que la hace tan permanente? Mencione otras canciones propagandísticas que recuerde.
5. ¿Qué es lo que más les gusta del video?
6. ¿Qué cambiarían del video?
7. Describan el video en un párrafo de cuatro líneas.

ANEXO3

GUÍA DE OBSERVACIÓN DE OBJETO DE ESTUDIO

Semiótica		
Elemento	Característica	Significado
Imagen	Videos del triunfo de la revolución	Refrescar la memoria sobre el triunfo de la Revolución Sandinista en 1979. Está enfocado en la participación de Daniel Ortega, para emitir el mensaje de que él fue quien protagonizó la revolución.
	Fuegos artificiales	Celebración, triunfo. Aparecen con la frase "...luz de libertad" Esto significa que elegir a Ortega como presidente es un verdadero triunfo para Nicaragua, no solo para él.
	Parques y parques de diversiones	Representación del aporte a la alegría de la niñez con la construcción de parques. Esto emite el mensaje de que el gobierno se preocupara por la niñez y la recreación sana.
	Sector primario	Destacar la importancia del papel de este sector con el gobierno. Demuestra el apoyo y seguridad que tiene este sector por parte del gobierno.
	Aparición de muchas mujeres	Empoderamiento y valor de la mujer con el partido político. Envía el mensaje de que la mujer tendrá un rol protagónico con el

		gobierno, respetando sus derechos y reconociendo su aporte a la sociedad.
	Recreación, música, deporte	Valor por el entretenimiento y salud de la población. Transmite el mensaje de que con este gobierno, la población tiene espacios para entretenerse; también se apoyan a los artistas y deportistas que nos representan como nicaragüenses.
	Plazas llenas	Amplia convocatoria de gente a los eventos del FSLN. El mensaje que se entiende por una multitud es que representa a la mayoría nicaragüense y también que las multitudes ocurren cuando existe algo bueno que ver; una buena razón para reunirse. En este caso es el por el presidente.
	Folklore	Cultura nicaragüense. La pieza comunicacional pretende involucrar todos los aspectos típicos de la cultura de Nicaragua, transmitiendo el mensaje de que el presidente rescata y aprecia la idiosincrasia nicaragüense.
	Costa caribe	Inclusión de esa región del país, el cual es comúnmente dejado a segundo plano. El mensaje que se deduce es que también esta parte del país es tomada en cuenta con este gobierno; es pensado como una manera de conquistar votantes de esa región.
	Inauguraciones	Progreso, desarrollo y nuevos comienzos.

	Jubilados recibiendo dinero	Preocupación por las personas de la tercera edad, brindándoles estabilidad económica en su jubilación.
	Lagos y volcanes	Naturaleza de Nicaragua, rescatando la belleza del país y fomentando el turismo.
	Salud	Interés por el derecho a la salud pública.
	Educación	Interés por el derecho a la educación gratuita.
Color	Fucsia	Energía, entusiasmo, vitalidad, denota juventud . Esto emite el mensaje de que este video de características políticas es protagonizado por los jóvenes; también es el color con el que se identifica a este gobierno.
	Verde	Naturaleza.
	Morado	Bienestar, éxito.
	Amarillo	Alegría, también forma parte de la bandera católica.
	Blanco	Pureza, forma parte de la bandera católica.
	Celeste	Asociado con la generosidad y la vida de bien.
	Rojo y Negro	Bandera del FSLN. Rojo por el comunismo y el negro por el anarquismo.
	Azul y Blanco	Bandera de Nicaragua. Paz, pureza.

	Naranja	Entusiasmo, emoción y calidez.
Símbolo	Catedral vieja de Managua	Unión estrecha entre el gobierno y la Iglesia. Esto significa que el partido político promueve los valores de la religión católica que es mayoría en el país.
	Caída de la estatua Anastasio Somoza	Fin de la era somocista. Toma de poder del FSLN.
	Comparación Sandino-Ortega	Paso de antorcha entre ambas personalidades para demostrar la influencia y responsabilidad con el pueblo nicaragüense; dándole al mismo sentido de heroísmo a Daniel Ortega y a Sandino.
	Símbolo de Paz y los dedos de las manos mostrando un dos.	Armonía en el país, no existe más guerra. Además de una conexión entre el número dos de la casilla del FSLN y el gesto con las manos que simbolizan la paz.
	Muletas	Inclusión social de las personas con discapacidades.
	Bandera de la cruzada nacional de alfabetización	Representación de logros que ha conseguido el Frente con anterioridad
	Beso de la anciana a póster de Daniel Ortega	La simpatía de las personas mayores por Daniel Ortega, también significa una reconciliación de esta generación para con el partido, ya que ellos vivieron la peor parte del tiempo post-revolución con la contra.

Texto	Libertad	Manifiesta la soberanía nacional en la que está el pueblo bajo este gobierno.
	Igualdad	Quiere resaltar una comunidad que no segrega ni discrimina y en donde todos tienes los mismos derechos.
	Paz	Representa el estado de armonía que hay, distinto a décadas anteriores en donde eran años de guerra.
	Fraternidad	Promueve el trato que las personas deberían darse a pesar de tener diferencias entre sí.
	Nicaragua Triunfará x3 (único texto en color amarillo)	Presente en el coro. Está en tiempo futuro porque es un objetivo por cumplir, que desde el presente con los valores e ideologías que promueve el gobierno se va construyendo. Puede significar un mandato de largo plazo por parte del FSLN. El color amarillo es para resaltar la frase y simboliza la luz del sol, que es energía y vida.
	Amor	Base romántica/utópica que sirve como combustible para que los otros <i>textos</i> tengan sentido.
	Vida	Representa una mejoría en la calidad de vida del pueblo.
	Unidad	Es un valor humano que simboliza solidaridad y empatía por las personas que te rodean. El mensaje que se entiende es que ya no existe una Nicaragua

		fragmentada ni con rencores, sino que trabaja en conjunto.
	Comunidad	Promueve querer el bien personal y alegría por ver a los demás progresar. El mensaje que transmite esta palabra es mirar a Nicaragua como un solo conjunto que vive en armonía y trabajan juntos.
	Dignidad	Invita a la gente a ser honorable en sus actos y con valores merecer las cosas; dando sentido de plenitud.
	Nicaragua vive en libertad	Aquí hace referencia al presente, en donde sugiere que las personas actúan según su voluntad y hay democracia. También es un recordatorio a que ya no estamos bajo la dictadura de Somoza ni en guerras.
	Trabajo y Paz	Señala el deseo de progreso ejerciendo labores en paz y dando oportunidades profesionales a todos para una mejor vida.
Persona	Mujer joven	Lidera el grupo de la juventud y representa una Nicaragua joven y positiva. Representa la confianza y valor que le da este gobierno a las mujeres, creando oportunidades de trabajo para ellas y desempeñando roles de alto nivel. Hace un gesto con la tela rosada sobre la cual se proyecta Sandino y consecuentemente el “relevo” de Daniel Ortega.

Juventud Sandinista	Compromiso y valores, todos los jóvenes que aparecen en este video pertenecen al partido, emitiendo el mensaje de que toda la juventud del país simpatiza por el gobierno; La juventud Sandinista es la juventud de Nicaragua.
Niñez	Interés del partido por captar la atención de la niñez; una estrategia para reclutar simpatizantes desde esta edad y alinear esta generación al partido político desde antes para que elijan al mismo gobierno en el futuro que esta generación ejerza su derecho al voto.
Rosario Murillo	Resaltar su papel protagónico en el gobierno, puede ser visto como un adelanto de lo que se vive en la actualidad.
Román González	Figura admirada por todos los nicaragüenses sin importar su partido político, utilizar a un personaje tan importante para la población como allegado al partido emite el mensaje de que el gobierno se desempeña igual de bien que el deportista.
Tercera edad	Distinción con los adultos que han sido parte de la historia del Frente. Reconciliación con este sector poblacional, quienes guardan el rencor de haber perdido a sus hijos en la guerra de la contra revolución.
Personas con discapacidad	Inclusión de este sector de la población, emite el mensaje de que todas las

		<p>personas con alguna discapacidad son incluidas socialmente en este gobierno. También se infiere que los heridos de guerra que sufren una discapacidad son valorados y apoyados.</p>
	Cardenal Miguel Obando	Unión del gobierno con la Iglesia Católica.

Mensajes líricos		
Frase	Figura literaria	Significado real
<p>Cuando el sol salió, cuando el sol volvió, nos llegó una luz de libertad.</p>	Símil	<p>Compara a Sandino con Daniel Ortega, utilizando al sol como figura. Manifiesta un relevo en la toma de poder.</p>
<p>Nunca más la oscuridad, ahora sí, libertad, igualdad, fraternidad.</p>	Metáfora	<p>Oscuridad significa los años no tan prósperos en gobiernos previos.</p>
<p>Y otra y otra vez, triunfará, Nicaragua, triunfará, porque hay paz, hay amor y dignidad.</p>	Anáfora	<p>Al haber tomado el mando el FSLN nuevamente, indica que con esos tres elementos de la estrofa, lograrán triunfar.</p>

<p>Cuando el sol, que yo veo aquí, se alza con fe. Yo no tengo, yo no tengo ni un temor.</p>	<p>Metáfora</p>	<p>Hace alusión al pasado, cuando había miedo y situaciones difíciles. El sol nuevamente representa a Daniel Ortega.</p>
<p>Yo ya sé que viviré en unidad, comunidad, yo ya sé que Nicaragua triunfará.</p>	<p>Anáfora</p>	<p>Decir “Yo ya sé” (reiteradas veces) es dar por hecho que el proyecto del FSLN tendrá éxito.</p>
<p>Nicaragua preparada para la unidad, en Estelí, Chinandega, hasta el Río San Juan, comunidad entera mis paisanos de mi tierra, esta es mi libertad mi fraternidad sincera.</p>	<p>-</p>	<p>Menciona puntos a lo largo del territorio nicaragüense y sobresalta la unión y la libertad de los pobladores.</p>
<p>Vamos a ganar, vamos todos este nuevo año a romper cadenas por amor a mis pueblos hermanos, unidad en Nicaragua somos libres, en mi tierra mis paisanos el amor es lo que viven.</p>	<p>Metáfora</p>	<p>“Romper cadenas” es interpretado como terminar con el descontento que tenían los sandinistas de antaño con este gobierno. También “la cadena” es interpretada por los 16 años que gobernó el partido liberal.</p>

ANEXO 4

ENTREVISTA NO ESTRUCTURADA A ERNESTO VALLE

Difuso es de las productoras más grandes maneja lugares privilegiados de la publicidad en Managua.

Vemos un entramado político y cultural. Recuadros del 20 de julio de 1979, la ofensiva final. Son piezas de un documental conocidísimo. En estos planos no hay una figura con identidad, son masas, caras no reconocidas dentro del historiograma nacional. No Cardenal, no Sergio Ramírez.

Al segundo 25 la imagen típica de la sublevación insurreccional del 79. La caída del caballo de Somoza, imagen icónica de la revolución que dio la vuelta al mundo. Seguimos sin ver imágenes de personas reconocidas hasta el segundo 29 con un Daniel volviendo del Exilio en Costa Rica. Manipulación de la reputación y la memoria. Vestido de verde olivo. Nos hace pensar actualmente que tiene poder, se une directamente con que él es el responsable del derrocamiento de Somoza.

Apela directamente a los jóvenes porque la canción es un arreglo de Stand By me, canción vieja que para 2010 fue adaptada por Prince Royce en una buena estrategia de publicidad.

Puente musical The Police en el rap.

La imagen que pasa al día a día es Daniel como foco de atención en la plaza de la revolución. Mendy Pravia que era presentadora de los medios de comunicación Sandinista con un chal rojo fucsia que representa una superposición de imaginarios que nos hace ver que la juventud asumimos esta nueva narrativa de la Revolución como un modelo híbrido. La imagen se une con Sandino.

Pasás de cómo Daniel nos salvó heroicamente a como 31 años después. Asume la presidencia de manos de René Núñez. Segundo 46 ves a Daniel y Rosario siendo posicionada como relevo de poder en un plano en donde los alrededores estén desenfocados, quitándole relevancia a todas las personas dentro del plano, dice más diciendo lo que no dice. Atribuye la condición de poder a una pareja.

Aglomeración de personas gozando, etc.

Planos románticos de Daniel viendo al vacío que llena de esperanza para moldear ideas sobre él.

Jóvenes haciendo el símbolo de paz, sonriendo a la cámara en paisajes turísticos. Mares de gente. Colores saturados y una sensación más cálida con intención de acercarnos a este proyecto.

Vemos libertad, igualdad, fraternidad sobre colores que no han sido tradicionalmente los que identificaron al FSLN un movimiento de izquierda nacional, frente al rojinegro se antepone el fucsia y el verde.

Vemos niños contentos haciendo el "2". Intento de sensibilizar a la gente. Este proyecto va más allá de los estándares de la sociedad. No solo los mayores creen en el gobierno. Niños con bandera.

1:21 vemos a Omar Halleslevens por primera vez, había tenido mayor protagonismo Rosario

Intención de a qué gente quieren dirigirse poniendo a gente trabajadora.

Al muchacho 1:32 le dieron una beca para ir a estudiar sobre manipulación de publicidad. Probablemente todos los que aparecen en el video fueron beneficiados de alguna u otra manera.

La unidad la comunidad con los colores que intentan realzar los mensajes positivos. 1:51 Miramos a Omar H. Daniel y la Rosario. Dice mucho; más de lo que quisiéramos aceptar

Jóvenes jugando, cantando, haciendo deporte, jugando la cebollita, montajes mal hechos.

Esto es lo otro de la guerra. Pues dónde está esa guerra. La campaña me deja más preguntas que respuestas. ¿Por qué reiterar tanto el tema de paz? ¿Qué representa la oposición para ellos?

Líneas discursivas propias de la restitución de derechos. Discursos sin verdaderas ideas que respondan dudas.

Personas alegres dentro de las manifestaciones del sandinismo. Es una representación híbrida. Inteligente apelar a los jóvenes, el grueso de toda una población. Me parece que son bien osados al apelar a esto, sin embargo no por eso hay que restarle la inteligencia para apelar a esto. Dueños de esta capacidad. Interesante que esta gente apelaran a esta música porque a quienes apelan es a esa vieja guardia que tiene hijos dentro de esta cuestión.

Con *The Police* y *Every breath you take*. Manifestaciones culturales propias. Temas de la costa atlántica sabiéndose responsables de lo que ha sucedido con ellos.

Vemos los parques de la niñez feliz, curiosos porque apelan a los beneficios que han sido dados por la pareja suprema. Conchita Palacios es una referente sandinista y la construcción de esa plaza es estratégica.

Jóvenes celebrando que hay paz. Con banderas, camisas. En general son colores vivos. Uso de banderas rojinegras.

Hacer uso del tema de trabajo. No dicen cómo se va a trabajar pero sí dónde.

Bandera de Nicaragua sale pocas veces. 3:52. Viejas dándole besitos a pósteres de Daniel.

Omar H. con un plano solo. Proyectos urbanos. Miguel Obando. Gente contenta con su bono productivo.

Apoyo al deporte, camisa del bóer.

Preocupación por lo digital al poner dos celulares.

Paisajes, personas, payasos.

4:28 Chocolate González invicto en ese momento "Yo amo FSLN 2011".

Ensalzación, divinización, bandera, él, representante de la nicaraguanidad, gritando Viva Nicaragua, viva Daniel, Votá en la 2. La gloria nacional invitando a votar por Daniel. Luchando contra Nicaragua si no votas por Daniel.

Que hayan añadido rap es curioso porque no hay muchos antecedentes de ello.

Justificar el proyecto con todo lo que se ha hecho.

Lenguaje de señas. Inclusivos dentro de su campaña. Apelan a reconocer a la gente sordomuda.

20 segundos antes del final salen los 2 candidatos y la Rosario desenfocada.

Nicaragua amor paz y vida.

¿Amor a quién, paz contra quién, vida frente a qué muerte?

La porra es un intento de entusiasmar sobre Daniel Ortega.

ANEXO 5

TEST DIAGNÓSTICO

Nicaragua Triunfará

Cuando el sol salió, cuando _____,
nos llegó una _____,
no yo no, yo ya no nunca más _____
ahora sí, libertad igualdad fraternidad,

(Coro)

Y otra y otra vez _____, triunfará
porque hay paz _____.

_____ que yo veo aquí se alza con fe,
yo no tengo, yo tengo ni un temor,
yo ya sé que viviré, en unidad, comunidad,
yo ya sé que Nicaragua triunfará.

Ajá sí, Nicaragua preparada para la unidad, desde Estelí, Chinandega hasta Río San Juan, comunidad entera mi pasado de mi tierra, _____, mi fraternidad sincera, vamos a ganar, vamos todos este nuevo año a romper cadenas, por amor a mis pueblos hermanos, unidad Nicaragua somos libres, en mi tierra el pasado, _____.

Y otra y otra vez _____, triunfará
porque hay paz _____ (Nicaragua vive en libertad,
queremos trabajo y paz... 2 veces)

Con _____ y _____, en fraternidad, _____, vamos todos ya en comunicad, en la libertad, vamos a ganar. Y _____ vez triunfará Nicaragua, triunfará porque hay paz, hay amor y dignidad.

Nicaragua preparada para la unidad, desde Estelí, Chinandega hasta Río San Juan, comunidad entera mi pasado de mi tierra, _____, mi fraternidad sincera, vamos a ganar, vamos todos este nuevo año a romper cadenas, por amor a mis pueblos hermanos, unidad Nicaragua somos libres, en mi tierra el pasado, _____.