



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Propaganda Política en la campaña
electoral legislativa de 2010.
Análisis desde el enfoque goebbeliano.**

AUTOR (A): Ana Karina Valverde N.

Caracas, 2013

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
DIRECCIÓN DE ESTUDIO DE POSTGRADO
ÁREA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**Propaganda Política en la campaña
electoral legislativa de 2010.
Análisis desde el enfoque goebbeliano.**

Autor (a): Ana Karina Valverde N.

Trabajo que se presenta para optar
al grado de Magister Scientiarum en
Comunicación Social

Tutor:

Prof. Bernardino Herrera

**APROBADO EN NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD
CENTRAL DE VENEZUELA
POR EL SIGUIENTE JURADO EXAMINADOR**

Coordinador

AGRADECIMIENTOS.

A Mi MADRE, gracias a ella en principio por darme la oportunidad de vivir, por ser la persona que me guió en mis primeros pasos y me llevó a ser lo que soy ahora. Gracias por tu compañía, y por ser mi maestra.

A Mi Padre y Hermano, por el granito de arena que han colocado en el edificio de mi vida para construir también lo que soy ahora.

A Mi Amado, por estos tres años de aprendizaje, de cambios, de nuevas metas, de conocimiento, de amor incondicional. Gracias por tu apoyo, tu ayuda y comprensión en cada paso que he dado estos últimos años... Y lo más importante que he podido obtener a tu lado, es que me has enseñado a descubrir la mejor versión de mí...

Y finalmente Gracias a ¡Mi Profe Bernardino! Como no agradecer a la persona que me dio la oportunidad de estudiar y crecer dentro de la Universidad... por su paciencia y apoyo, por no dejarme de caer e impulsarme a terminar este gran proyecto... ¡Gracias! ¡Eternamente agradecida!

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
Maestría en Comunicación Social

**Propaganda Política en la campaña electoral legislativa de 2010.
Análisis desde el enfoque goebbeliano.**

Alumna: Lic. Ana Karina Valverde Núñez
Tutor: Prof. Bernardino Herrera

Resumen

La política venezolana se rige bajo dos conceptos clave que indican cómo se manejan sus personalidades públicas. El primero de ellos, la campaña política, que consiste en un programa estratégico para lograr un objetivo electoral. El segundo concepto, la propaganda política, entendida como el acto de persuadir a favor de un proyecto político o ideológico.

A partir de una primera observación, las campañas electorales en Venezuela se caracterizan por la abundancia de simbologías, colores, slogans y consignas, cuyo perfil coincide con el modelo de la propaganda propuesta por Joseph Goebbels durante la Alemania nazi. Partiendo de esta premisa, la autora se propone investigar la campaña legislativa del 2010 para la elección de diputados a la Asamblea Nacional, tomando como referencia a los partidos de oposición y partidos de oficialismo; analizada sobre estos conceptos (campaña electoral y propaganda política) desde el modelo goebbeliano. La investigación es una revisión documental de la prensa nacional (muestra de El Universal y Últimas Noticias) al que se le aplicará un primer análisis de contenido según el modelo propuesto por Teun Van Dijk en sus estudios acerca del discurso ideológico. La investigación busca demostrar si las estrategias discursivas utilizadas hoy en día en Venezuela mantiene relación comunicacional (vigencia y efectividad) con la aplicada en la Alemania Nazi.

Palabras Claves: Campaña Política, Propaganda Política, Análisis del Discurso, Joseph Goebbels.

ÍNDICE GENERAL

	pp.
Carta Aprobación Tutor.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Resumen.....	v
Introducción.....	8
Capítulo I: CAMPAÑA ELECTORAL Y PROPAGANDA POLÍTICA.....	10
I.1-. Fundamentos de la campaña electoral desde inicios del siglo XX: Una mirada al desarrollo de las estrategias discursivas en Venezuela.....	10
I.1.1-. Partidos Políticos Y Actores Electorales.....	12
I.2-. Propaganda Política y la Realidad Venezolana.....	23
I.2.1-. Origen y Definición del término.....	23
I.2.2-. Teorías Comunicacionales de propaganda política: Una aproximación a la teoría goebbeliana	33
I.2.3-. Propaganda de Cartel en medios Impresos.....	36
I.2.4-.La campaña para las elecciones legislativas de 2010.....	38
Capítulo II: TEUN VAN DIJK Y ANÁLISIS DEL DISCURSO IDEOLÓGICO...	46
II.1-. Teun Van Dijk.....	46
II.1.1-. Bases Teóricas del Análisis del Discurso Ideológico.....	46
II.2-.Desmontaje del discurso político venezolano en la propaganda de cartel.....	53
II.2.1-. Infografías y Análisis del discurso: Partidos de la Oposición.....	55

II.2.2-. Infografías y Análisis del discurso: Partidos del oficialismo.....	81
---	----

Capítulo III: JOSEPH GOEBBELS Y LA PROPAGANDA POLÍTICA: UNA APROXIMACIÓN A LA REALIDAD VENEZOLANA.....	177
III.1-. Principios propagandísticos de J. Goebbels: complementariedad con la realidad mediática en Venezuela.....	190
III.1.1-. Comparación con los partidos políticos venezolanos.....	203
III.2-. Análisis Comunicacional de la realidad venezolana con la realidad de la Alemania nazi y los principios de la propaganda política planteados por Joseph Goebbels.....	209
CONCLUSIONES.....	211
ANEXOS.....	213
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	248

INTRODUCCIÓN

Cada día, el ciudadano común está expuesto a grandes cantidades de mensajes políticos difundidos por todos los medios de comunicación audiovisuales e impresos. Es por ello la importancia del análisis comunicacional, para estudiar las percepciones de la audiencia y en que medida influyen en el comportamiento ciudadano.

El avance en el estudio del discurso político como herramienta comunicacional, dependerá de la comprensión de dos conceptos dentro del campo de la política. El primero de ellos, campaña electoral definida como el conjunto de actividades estratégicas utilizadas para lograr el mayor número de votantes; y el segundo la propaganda política como acto comunicacional para persuadir. En necesario tomar en cuenta la teoría de la propaganda nazi y como el Ministro de la Propaganda del régimen, Joseph Goebbels, lograron influir en la población, probando la capacidad persuasiva y movilizadora de la propaganda.

En los últimos diez años de la historia venezolana, las campañas electorales han jugado un papel notorio en la vida política de todos sus habitantes, tanto para las personalidades públicas como para el ciudadano común. Los estudios sobre la propaganda política pueden aportar herramientas para el análisis del discurso, desmontaje y descripción para futuros estudios sobre la forma, contenido y público receptor de los diferentes mensajes propagandísticos.

Bajo esta premisa, es de utilidad conocer si en Venezuela los conceptos de campaña electoral y propaganda política tienen relación con los empleados en la Alemania nazi. En una primera observación se analizarán los mensajes contenidos dentro de la campaña parlamentaria de 2010 en la prensa nacional (Últimas Noticias y

El Universal) tanto de las publicaciones de los partidos de oposición como de los partidos de oficialismo.

El lingüista holandés Teun Van Dijk (1996) parte de la teoría de la ideología como herramienta fundamental para la elaboración del discurso político. El análisis ideológico del lenguaje y del discurso se convierte en una postura crítica ejercida por el investigador ya que debería descubrir la ideología de los hablantes a través de la lectura minuciosa de cada uno de sus componentes, para poder así emitir un juicio de valor frente al contenido que se esté analizando.

El análisis del mismo debe realizarse tomando en cuenta a los hablantes como protagonistas del discurso, el contexto en el que se sitúan, las finalidades que los mueven a la hora de construir su mensaje, tomando en consideración la elección de las unidades y construcciones lingüísticas que realiza el hablante para formar un texto con las funciones específicas de estética, persuasión y argumentación. Esto incluye simbologías, colores, slogans y consignas.

La presente investigación es de tipo documental, comparando los contenidos de la propaganda política de los diferentes partidos de oposición y oficialismo, sirviéndose, en la primera parte de la investigación, del método de análisis de Teun Van Dijk donde se identificarán los elementos visuales encontrados en las publicaciones. Los principales aspectos a tomar en cuenta son: el candidato en escena, discurso expresado, tipografía, imágenes complementarias. Los resultados de esta investigación serán analizados con el lente del modelo presentado por Joseph Goebbels en la propaganda nazi, lo que permitirá establecer la vigencia de los principios goebbelianos y su efectividad.

CAPÍTULO I

CAMPAÑA ELECTORAL Y PROPAGANDA POLÍTICA

I.1-. Fundamentos de la campaña electoral desde inicios del siglo XX: Una mirada al desarrollo de las estrategias discursivas en la Venezuela contemporánea.

Es necesario hacer un recuento de la historia de la propaganda política en Venezuela durante el transcurso del siglo XX, para entender el desarrollo de los diferentes mecanismos de campaña electoral desarrollados dentro del país. El recuento se hace a partir del año 1958 hasta el 2010 con la conformación de los partidos políticos y los actores electorales de la época.

Debido a la importancia que representan las campañas electorales de la mano con la propaganda política, los países democráticos han creado leyes para asegurar la libertad de expresión y garantizar la legitimidad del proceso electoral, así mismo mantener la imparcialidad del gobierno y proteger que todos los actores políticos tengan acceso a las ideas de los ciudadanos.

En 2004, el profesor Oláguer Chacón¹ realizó un estudio acerca la regulación sobre la propaganda en la legislación electoral venezolana donde afirma:

En Venezuela, el desarrollo de las campañas electorales y la propaganda política comenzó luego de la muerte de Juan Vicente Gómez, cuando el país experimenta un crecimiento del debate político que aumentó con la aparición de los partidos políticos modernos durante el gobierno de Medina Angarita, así como el desarrollo experimentado por la prensa y la radio, entre otros. El debate ideológico adquirió así mayor relevancia.

¹Oláguer Chacón, Comunicador Social, coordinador académico del programa Brújula Internacional, egresado de la Universidad Católica Andrés Bello.

Esta situación dio lugar a una mayor preocupación por definir las características que conformarían la propaganda electoral. Es por esto, que se comienzan a promulgar leyes electorales que muestran de alguna forma el desarrollo de las campañas electorales. El Consejo Nacional Electoral de Venezuela, como ente regulador de las campañas electorales y la propaganda política, muestra la cronología de la legislación Electoral Venezolana de la siguiente manera:

1. Ley de Censo Electoral y de Elecciones (1936).
2. Ley de Censo Electoral y de Elecciones (1940).
3. Ley de Censo Electoral y de Elecciones (1941).
4. Ley de Elecciones (1945).
5. Ley de Elecciones (1957).
6. Ley Electoral (1958).
7. Ley de Reforma Parcial de la Ley Electoral (1959).
8. Ley de Reforma Parcial de la Ley Electoral (1964).
9. Ley Orgánica del Sufragio (1970).
10. Ley de la Ley de la Reforma Parcial de la Ley Orgánica del Sufragio (1973).
11. Ley de la Ley de la Reforma Parcial de la Ley Orgánica del Sufragio (1977).
12. Ley Orgánica del Sufragio (1988).
13. Ley Orgánica del Sufragio (1989).
14. Ley de la Ley de la Reforma Parcial de la Ley Orgánica del Sufragio (1992).
15. Ley de la Ley de la Reforma Parcial de la Ley Orgánica del Sufragio (1993).
16. Ley de la Ley de la Reforma Parcial de la Ley Orgánica del Sufragio (1995).
17. Ley Orgánica del Sufragio y Participación Política (1997).
18. Ley de Reforma Parcial de la Ley Orgánica del Sufragio y Participación Política (1998).
19. Ley Orgánica del Poder Electoral (2002).
20. Ley Orgánica del Registro Civil (2009).
21. Ley Orgánica de Procesos Electorales (2009).

Durante el siglo XIX y comienzos del siglo XX, predominó el sistema de elección indirecta, es decir, aquellas elecciones en que la mayoría de los ciudadanos designaba a cierto número de representantes que escogían, en definitiva, a los que desempeñarían funciones o cargos; esta tuvo lugar entre 1830 y 1857, y entre 1901 hasta 1946, en principio para elegir al Presidente de la República. Para la época existían restricciones de diversas índoles, una de ellas era que el ejercicio del sufragio estaba reservado sólo para los hombres. En diversas ocasiones, además del requisito de ciudadanía y edad, se exigía una determinada condición económica, así como, saber leer y escribir, todo esto influyó de manera negativa en el desarrollo de la discusión política, la propaganda electoral y la libertad de expresión².

I.1.1.- Partidos Políticos y Actores Electorales

La revuelta estudiantil conocida como La Generación del 28, contra la dictadura de Juan Vicente Gómez, instaurada en 1908, fue el embrión de los partidos políticos modernos. En 1927 nace el Partido Revolucionario Venezolano que luego en 1931 se transformaría en el histórico Partido Comunista de Venezuela (PCV), junto con éste se fundaría la Agrupación Revolucionaria de Izquierda (ARDI) que incluiría buena parte de los estudiantes que participaron en la "Generación del 28". Debido a la política del gobierno de prohibir las actividades comunistas en territorio venezolano, en 1935 el PCV es inhabilitado y se transforma en el Partido Republicano Progresista (PRP); poco después ARDI se transforma en el Movimiento Organización Venezolana (ORVE), que en 1937 se va a unir al Partido Democrático Nacional (PDN) junto con el PRP y el Bloque Nacional Democrático (del Zulia); esta unión de todos los partidos de oposición se hizo cada vez más frágil debido a las diferencias ideológicas entre sus miembros, es así como nace del ala no marxista del PDN, el partido Acción Democrática (AD) en 1941 y la refundación del PCV.

²SANOJA HERNÁNDEZ, Jesús. *Historia Electoral de Venezuela 1810 – 1998* (1998).

Seguidamente empezaron a florecer otros partidos, en algunos casos personalistas como la agrupación Partido Democrático Venezolano (PDV) del presidente Isaías Medina Angarita fundado en 1941. En la década de los cuarenta también nacieron otras organizaciones importantes como la Unión Republicana Democrática (URD) fundada en 1945, en la cual convergían ex miembros del antiguo PDN y del PDV; y en 1946 es fundado el partido socialcristiano COPEI cuyo origen se remonta también al sector cristiano de la “Generación del 28”. Las acciones de los partidos políticos venezolanos quedarían limitadas o completamente nulas, durante el periodo de la Junta Militar de Gobierno, presidida por Carlos Delgado Chalbaud adjunto a Luis Llovera Páez y el General Marcos Pérez Jiménez (Presidente para el periodo 1952-1958), desde 1948 hasta enero de 1958, el único partido que gozaba de libertad era el oficialista Frente Electoral Independiente (FEI) y con mayores limitaciones URD y COPEI, el resto sería ilegalizado.

Con el retorno de la democracia a Venezuela se vuelven a legalizar los partidos políticos. AD, COPEI y URD deciden firmar el Pacto de Punto Fijo, excluyendo al PCV de dicho acuerdo, que consistía en la defensa de la constitución, el respeto de los resultados electorales, conformación de un gobierno de unidad nacional, entre otros.

La campaña electoral de 1958 comienza con el intento de logro de un acuerdo para una candidatura unitaria. La Junta de Gobierno, presidida por el Vicealmirante Wolfgang Larrazábal, decreta el 23 de marzo de 1958 la *Ley Electoral* que regirá los comicios de diciembre de ese año (Koenke, 1998)³. A partir de ese momento los medios de comunicación adquieren importancia en los procesos electorales.

³ Herbert Koenke. Profesor del Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Simón Bolívar. Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (1974). Master en Comunicación Masiva de la Universidad de Stanford. Master en Ciencias Políticas de la Universidad de Michigan. Doctor en Ciencias Políticas de la Universidad de Tulane.

Esta campaña es una en la cual el énfasis se pone en las giras, en el mitin y en los avisos impresos y los afiches. No existe el asesor electoral y la influencia sobre la opinión pública está muy marcada por la penetración que tengan los aparatos de los partidos políticos (...) La propaganda es bastante rudimentaria en cuanto al diseño y la diagramación. La Propaganda de radio y televisión es muy escasa, aunque no falta la intervención de la política. Las giras marcan el rumbo y se procura que los candidatos visiten muchos sitios y estrechen la mano del mayor número de electores (Sojo, 2007).

La *Ley Electoral* exponía en su Artículo 129, la suspensión de la propaganda electoral hasta 30 horas antes de las elecciones, se prohibía la colocación de propaganda dentro de los centros de votación. De igual manera en su Artículo 127, establecía que no se podría impedir la colocación de pancartas, pendones o afiches en lugares públicos a menos que obstaculicen el tránsito de personas o vehículos.

De este proceso electoral surge un *slogan*, formulado por el partido Acción Democrática que presidía Rómulo Betancourt, considerado por Iván Abreu Sojo (2007), como el mejor, el cual reflejaba y reforzaba el clima de opinión: “*Contra el miedo vota blanco*”. Fue una estrategia utilizada para llamar a votar y para frenar la reacción militar, además era una manera de trasladar el entusiasmo hacia las fuerzas blancas. Las campañas de Larrazábal y Caldera no mostraron nada impactante en sus propagandas y sus slogans: uno destacaba su vinculación con el pueblo y el otro se centró en su persona.

En mayo de 1959, durante el gobierno de Rómulo Betancourt, se reformó la *Ley Electoral* para elevar de 40.000 a 50.000 la cantidad de votantes existentes para la elección de diputados. La campaña electoral de 1963 marca el inicio de la modernización de la propaganda electoral en Venezuela. Se vivían años de violencia política. La izquierda alzada en armas se convirtió en la amenaza del sistema que cuenta con el apoyo de la opinión pública, apoyo que fue importante para derrotar el militarismo. Existen siete candidaturas para la presidencia: AD con Raúl Leoni,

Jóvito Villalba por el partido URD, Wolfgang Larrazábal con FDP, Germán Borregales por el MAN, Rafael Caldera por COPEI, Arturo Uslar Pietri por el IPFN.

Todavía no se recurrirá al asesor extranjero, para conformar la opinión pública, pero, aún con muestras de un estilo más centrado en el trabajo partidista, se dará un mayor uso de la radio y la televisión y se hará uso del jingle (...) La propaganda sigue siendo bastante elemental, y se sigue usando con profusión el mensaje impreso, con una masiva incorporación de vallas (...) se hacen microprogramas más que cuñas, en los cuales intervienen los candidatos políticos. (Sojo, 2007).

En 1968 se celebraron las elecciones para elegir al sucesor del Presidente Raúl Leoni. La campaña electoral para estas elecciones fue el arranque definitivo a una propaganda electoral más refinada, aunque aún le quedaban por lograr la perfección 5 años más tarde. En esta oportunidad se presentaron seis candidatos presidenciales y se invierte mucho capital en propaganda electoral e intervienen por primera vez asesores extranjeros. Sin embargo, se recibe la denuncia por parte del partido AD, acerca del uso de un supuesto modelo alemán para la realización de un afiche copeyano, la cual nunca fue comprobada con clara certeza.

El partido oficialista Acción Democrática estaba confrontando problemas internos debido a la separación de parte de su dirigencia que fundó el Movimiento Electoral del Pueblo en 1967, liderados por Luis Beltrán Pietro Figueroa. En esta ocasión, la izquierda política vuelve a participar en elecciones nacionales y se le permite participar al Partido Comunista de Venezuela, pero bajo el nombre de "Unidos Para Avanzar" (UPA) que, aunque no presentó candidato presidencial, si postuló candidatos para las elecciones parlamentarias. El perezjimenismo crea el partido Cruzada Cívica Nacionalista (CCN), pero no se le permite presentar como candidato presidencial a Marcos Pérez Jiménez; sin embargo, este movimiento obtiene representación en el Congreso de la República.

Éstas fueron las elecciones más reñidas de la historia de Venezuela, la diferencia entre el ganador y el segundo lugar fue de poco más de 32 mil votos. Además representó un hito para la democracia venezolana, pues por primera vez el partido gubernamental Acción Democrática perdía una elección. Con estos comicios empieza la democracia bipartidista en Venezuela y la alternabilidad del poder.

La propaganda está más ahora en manos de profesionales, usualmente prestados del mundo de la publicidad. Comienza el gran despliegue de propaganda y son usados todos los medios disponibles, incluso la Cadena Capriles, pone todos sus periódicos y revistas al servicio de la candidatura de Rafael caldera (...) Aunque mítines y giras siguen siendo muy importantes, la organización de las elecciones, el uso de los medios y la planificación del mensaje comienzan a ser más evidentes. Se siguen utilizando mucho los programas de exposición y la propaganda impresa de textos largos, aumenta el uso de la propaganda de ataque, o propaganda gris. Abundan los *jingles* en la radio y los *spots* en la televisión (Sojo, 2007).

En 1970, durante el primer gobierno de Rafael Caldera, aparece la *Ley Orgánica del Sufragio*, la cual trajo cambios significativos en toda la materia electoral. La Ley señala que los partidos políticos y los ciudadanos en general podrán realizar todo género de propaganda electoral, oral y escrita, mediante la prensa, la radio, la televisión, y toda especie de carteles, anuncios, impresos y general (Artículo 153). Por otro lado, se establece que el Consejo Nacional Electoral debe contribuir con el financiamiento de la propaganda electoral de los partidos, cuya distribución de recursos debía hacerse proporcionalmente a los votos que hayan obtenido para las cámaras legislativas nacionales, siempre que hayan obtenido más del 10% del total de votos válidos (Artículo 154).

La Ley además prohíbe la incorporación, dentro de las propagandas electorales, de símbolos patrios y de imágenes o retratos de los próceres de la independencia (Artículo 159).

Según el profesor Sanoja (1998), la utilización óptima de los medios de comunicación era la principal estrategia de los partidos. Así mismo refiere la sustitución del semanario de partido por páginas pagadas en medios de circulación nacional, así como en publicaciones no políticas como las revistas deportivas y de corte de espectáculos, con la intención de aumentar el voto joven y femenino.

Al llegar 1973, Venezuela presenta 14 candidatos para las elecciones presidenciales, y por primera vez se introduce el concepto de *Marketing Político*⁴, definido por el profesor Luis Costa Bonino⁵ como las connotaciones de manipulación de las percepciones y opiniones de la gente, mediante recursos sofisticados de comunicación, principalmente a través de la televisión. A diferencia de las anteriores elecciones venezolanas, en esta ocasión el electorado se polarizó fuertemente, dando comienzo al característico bipartidismo de esta etapa de la democracia venezolana: para esta oportunidad sólo tenían opción real de ganar la presidencia dos candidatos, Carlos Andrés Pérez por Acción Democrática, y Lorenzo Fernández por COPEI, ambos con larga trayectoria en sus respectivos partidos. Con ello, AD y COPEI se terminaban de consolidar como las más importantes fuerzas políticas a nivel nacional.

La campaña electoral fue efectivamente más agresiva que la de 1968 y se echó mano de recursos ausentes hasta ese momento en la política venezolana: jingles publicitarios (como el recordado *Ese hombre sí camina*, compuesto por el músico Chelique Sarabia para la campaña de AD) y consultoría política estadounidense, elaborando excesivamente la imagen del candidato y posicionándola por encima del mensaje político.

⁴El Marketing Político nació a mediados del siglo XX en EUA. Si bien su lógica estratégica reconoce antecedentes tan remotos como la polis griega y el Imperio romano, a mediados del siglo XX fueron los expertos en manipulación de signos los que dieron el impulso decisivo al Marketing Político moderno.

⁵Luis Costa Bonino, Doctor en Ciencias Políticas del Instituto de Estudios Políticos de la Universidad de París.

Abundan los mensajes de lo que comienza a denominarse <<guerra sucia>>, ataques cada vez más virulentos, que aun estando presentes en todas las campañas políticas, la hoy denominada campaña negativa, en 1973 fue particularmente dura, especialmente entre las dos candidaturas principales (...) la campaña comenzó a ver el nacimiento del uso del llamado material P.O.P, del marketing, abundando las franelas, pines y objetos alusivos a las candidaturas (Sojo, 2007).

Para las elecciones presidenciales de 1978, la polarización política en Venezuela alcanzaba sus niveles máximos y la democracia en Venezuela ya estaba consolidada en el país, era evidente la necesidad de una maquinaria política efectiva a nivel nacional para poder obtener el triunfo. Socialdemócratas y socialcristianos ocupaban casi totalmente el espectro político venezolano, relegando a las otras agrupaciones políticas a repartirse una cuota electoral que apenas llegó al 10%. La izquierda radical fracasó nuevamente en encontrar una candidatura de consenso, por lo que nuevamente acudió fraccionada y atomizada, con 4 candidatos. Las elecciones en este año contaban con 10 candidatos y la opinión pública ha comenzado a mostrar los primeros síntomas de descontento con el sistema político.

Durante la campaña electoral, se utilizaron masivamente los servicios de asesoría de consultores políticos estadounidenses, lo cual produjo una masificación de la imagen de los candidatos así como también un empobrecimiento del mensaje electoral. Ambas características han condicionado fuertemente desde entonces las campañas electorales en Venezuela.

Para 1988, fue considerada por el profesor Iván Abreu Sojo (2007), pobre en muchos aspectos, sin embargo, rica en candidaturas, pues compitieron 22 candidatos. “En la campaña de 1988 se empieza a notar el decaimiento del entusiasmo”. Para este año electoral aún se sigue con el esquema del marketing electoral, prácticamente desaparecen mítines y marchas, la creatividad usual en la propaganda electoral, sobre todo en la televisión y la radio, brilla por su ausencia.

Ese año se establece en la Ley del Sufragio, que los partidos políticos podrán realizar campañas internas para la selección de sus respectivos candidatos, quienes, en esta etapa, sólo podrán utilizar la prensa escrita. Se establece también, que cada proceso interno debe regirse por un reglamento interno que debe ser dictado por cada agrupación (Artículo 158).

Para 1993, se reforma la Ley Orgánica del Sufragio, época electoral en la que se hace un listado de gastos de propaganda, entre los cuales están los anuncios en los medios de comunicación social, la transmisión de mensajes por cualquier medio de difusión, los carteles, afiches, mítines, entre otros. Para ese año la opinión pública ha consolidado sus rechazos políticos. El sistema ha sobrevivido al 27 de febrero de 1989 y al golpe del 4 de febrero de 1993. Para esta campaña existen 17 candidatos. “El gasto propagandístico está lejos de las grandes campañas electorales del pasado. No hay slogans destacados en esta campaña” (Sojo, 2007).

Estas elecciones nacionales se destacaron porque cuatros candidatos tenían opciones de ser presidentes y de forma muy reñida, supuso el ocaso político de los partidos tradicionales Acción Democrática (AD) y COPEI, (reduciendo su porcentaje que fluctuaba entre un 25% y 53%, hasta menos del 24%) que habían configurado un bipartidismo de alternancia de poder desde las elecciones efectuadas en 1958.

El candidato ganador fue Rafael Caldera, que supuso su segundo mandato, quien fuera presidente en el periodo constitucional de 1969 hasta 1973, pero esta ocasión no se había lanzado por su partido de fundación COPEI, sino por uno nuevo, Convergencia, unido a una coalición de partidos de izquierdas.

Durante el segundo gobierno de Rafael Caldera, en 1997, se promulgó la Ley Orgánica del Sufragio y Participación Política, en la cual se hizo un cambio

importante con respecto a la ley anterior. Se destaca la prohibición de publicar encuestas o estudios de opinión, siete días antes de las elecciones.

También se prohíbe el uso de lemas que comprendan el nombre o apellidos de una persona natural o los símbolos de otra organización política sin su autorización, de igual manera se prohíbe la utilización de símbolos patrios e imágenes del Libertador y los Próceres de la Independencia, el uso de los colores de la bandera nacional y regionales en el orden establecido por la ley y en cualquier orden que pueda inducir semejanza con los pabellones nacional y regionales (Artículo 204).

Para 1998, la campaña presidencial se enmarcó en un contexto donde los partidos tradicionales no tenían candidatos aceptables para los electores, y donde los candidatos independientes no tenían partidos políticos consolidados.

El gobierno no presentaba candidatos, y es cuando sale cuando por primera vez un militar tiene la opción de ser elegido por los venezolanos. Según el profesor Iván Abreu Sojo (2007), estas elecciones fue una de las campañas más polarizadas desarrollada en el país. Al principio por la candidatura de Irene Sáez por el partido COPEI y Luis Alfaro Uceró, por AD; luego se polariza con los candidatos Hugo Chávez Frías por el MVR y Enrique Salas Romer, por Proyecto Venezuela.

La propaganda de estas elecciones está muy alejada de los estándares de épocas anteriores. Particularmente la de la televisión está huérfana de creatividad. (...) el triunfo de Chávez se da casi a pesar de la televisión, pues sus cuñas son bastante pobre. El mitin tiende a renacer. El mejor slogan de la campaña, *Chávez un sentimiento nacional* (Sojo, 2007).

Según un sondeo de opinión realizado por la firma Consultores 21 (El Nacional, 25-04-98), los partidos tradicionales venezolanos se habían desacreditado durante las últimas décadas al acentuar el pragmatismo político, pero no así los

medios de comunicación de masas los cuales presentaban un adecuado índice de credibilidad, lo cual podía suponer que tendrían una fuerte influencia en la agenda que le transmitían a un electorado volátil.

La prensa escrita, durante la campaña presidencial, trataba de dar significado al debate político al ser selectivos en lo que transmitía, para intentar configurar y moldear la opinión y si era posible hacer reflexionar a un público votante sobre la conveniencia o no de seleccionar un determinado candidato. Este modo de comunicar buscaba configurar una opinión pública, es decir, un producto de opiniones individuales sobre asuntos de interés común de la misma campaña, a los fines de que luego se transformara en un producto colectivo que afectaría a los grupos de interés.

Luego de varios procesos electorales a partir de 1998, hasta el 2005 los venezolanos vivieron diversos movimientos dentro de las campañas electorales, lo que generó la división de los bandos de electores en dos fuertes grupos: los que apoyan al presidente Hugo Chávez (oficialismo) y los que están en contra de él (oposición).

La campaña para las elecciones legislativas de 2005, tuvo una duración de 34 días, aproximadamente. Aunque participaron la mayoría de los partidos políticos, colectivos y grupos de opinión activos en Venezuela, en estas elecciones se agruparon dos grandes bloques: por un lado, el sector del gobierno integrado por los partidos y grupos que apoyan al presidente Hugo Chávez, autodefinidos como el Bloque del Cambio, Polo Patriótico o Revolucionarios. Por otro lado, el sector de la oposición, constituido por los partidos que se oponen al presidente Chávez, autodefinidos como el Polo Democrático y la Coordinadora Democrática.

Dentro del contenido de la propaganda del oficialismo, se presenta la figura de los diversos candidatos acompañados por el Presidente de la República. De igual

manera, se incluyen imágenes de concentraciones políticas numerosas en la que los candidatos muestran diferentes símbolos reconocidos por el pueblo y que identifican al Gobierno (fotografías del Libertador Simón Bolívar, la Bandera Nacional, el puño en alto, fotografías del presidente Hugo Chávez y los diferentes símbolos de los partidos).

Por otra parte la propaganda de los candidatos de la oposición se basó en la aparición de la imagen de los diversos líderes en manifestaciones públicas multitudinarias, uniendo la bandera de diferentes partidos políticos.

La autoría de la propaganda debía aparecer explícitamente, ya sea una persona o un partido promotor. La publicidad y la propaganda sólo fueron permitidas en los lapsos de la campaña. Sin embargo, faltando 5 días para las elecciones, de las 5 mil 516 candidaturas, se retiraron 556 candidatos (10% de los candidatos), mayoritariamente de la oposición, con el alegato de que no había garantías de que las elecciones se realizaran limpiamente. A pesar de esto, las elecciones se realizaron con normalidad. Según el sumario de conclusiones de *La Misión de Observación Electoral de la Unión Europea en Venezuela*⁶, “amplios sectores de la sociedad venezolana no tienen confianza en el proceso electoral ni en la independencia de la autoridad electoral”, debido a que la campaña electoral se centró casi exclusivamente en la desconfianza en el proceso electoral y en la falta de independencia del CNE. El debate en torno a los programas políticos de los partidos fue inexistente, expresó.

⁶La Misión de Observación Electoral de la Unión Europea es un actor líder en el suministro y financiación de la asistencia electoral complementaria a la observación electoral, con el objetivo de promover la democracia, los derechos humanos y el imperio de la ley en todo el mundo.

I.2.- La propaganda política y la realidad venezolana

I.2.1.- Origen y definición del término

La palabra propaganda aparece en el siglo XVII, paradójicamente como Contrapropaganda, en la Contrarreforma⁷. Etimológicamente propaganda proviene de propagar, tomada del latín *propagare* que significa: perpetuar, acrecentar, extender. Sin embargo, el término propaganda se le ha asociado con falta de ética (Jowett y O'Donnell, 2006)⁸.

La propaganda es concebida como algo dañino y planteado como sinónimo de mentira, distorsión, engaño, manipulación, control, guerra psicológica, lavado de cerebro, tácticas maliciosas, y más actualmente, manejo de las noticias mediáticas, control de la información política y cualquier retórica que resulte sospechosa.

La propaganda tiene sus inicios en la *curia romana*⁹ que la utilizaba para difundir el mensaje religioso. Su uso continúa en el periodo de la Contrarreforma donde de nuevo la Iglesia emplea la expresión de propaganda con intención pastoral. Cuando el 22 de junio de 1622 el Papa Gregorio XV instituye la Congregación para la Evangelización de los Pueblos, con el fin de propagar el catolicismo en los continentes en vías de colonización.

Esta connotación religiosa desaparece con el uso de la propaganda por parte de los regímenes totalitarios del siglo XX (Nazismo, Fascismo, Estalinismo). A partir de este momento, el término se asocia con el control de la opinión pública mediante

⁷Movimiento que tuvo lugar dentro de la Iglesia católica apostólica romana en los siglos XVI y XVII. Intentó revitalizar la Iglesia y oponerse al protestantismo.

⁸Jowett y O'Donnell, autores del libro Propaganda y Persuasión.

⁹La Curia Romana o Curia Vaticana es el conjunto de órganos de gobierno de la Santa Sede y de la Iglesia Católica. Está compuesto por un grupo de instituciones, denominadas dicasterios, bajo la dirección del Papa que ejerce las funciones legislativas, ejecutivas y judiciales.

medios de comunicación masivos. Posteriormente, la propaganda se vinculará con las estrategias de los partidos políticos y los gobiernos no identificados con las fórmulas de gobierno totalitarias.

Si bien es innegable que en muchas ocasiones, la función histórica de la propaganda ha sido alimentar el miedo, el odio y la ignorancia; cuando está guiada por buenas intenciones también tiene el potencial positivo de servir a fines constructivos, pacíficos e informativos (Beaudoux, D´Adamo y Slavinsky, 2011).

Según las investigaciones de los autores Beaudoux, D´Adamo y Slavinsky, 2011; el término del vocablo propaganda se ha definido a través del tiempo con diversas connotaciones propuestas:

Autor y Año	Definición Propuesta
White (1939)	➤ Inducción que se realiza a grandes masas de personas para que piensen de un modo semejante y deseado por el propagandista.
Lee y Lee (1939)	➤ Opinión expresada con el propósito de influir las acciones de individuos o grupos.
Bartlett (1941)	➤ Tentativa para ejercer influencia en la opinión y en la conducta de la sociedad, de manera que las personas adopten una opinión y una conducta determinada.
Doob (1948)	➤ Intento de afectar y controlar las personalidades y el comportamiento de las personas hacia fines considerados de dudoso valor para una sociedad en un tiempo determinado.
Hummel y Huntress (1949)	➤ Cualquier intento para persuadir a cualquiera respecto de una creencia o forma de acción.
Pratt Fairchild (1949)	➤ Presentación de hechos reales o supuestos, argumentos y opiniones, de modo tal que generen conclusiones favorables para los intereses o puntos de vista de quienes lo presentan.

Autor y Año	Definición Propuesta
Driencourt (1950)	➤ Técnica para obtener adhesión, cuyo objetivo es guiar a los individuos a adoptar una idea o actuar de algún modo que generalmente sin la propaganda no hubiesen adoptado o efectuado.
Bryant (1953)	➤ Retórica parcial o engañosamente empleada, al servicio de “técnicas anti-razón” o “pseudo-razón”, tales como la sugestión, la reiteración, la sustitución imaginativa, la irrelevancia verbal, el acoso emocional, la exclusión.
Ellul (1965)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Técnica de manipulación psicológica penetrante y potente, que se vale de verdades, mentiras y verdades a medias. ➤ Conjunto de métodos empleados por un grupo organizado que desea despertar la participación activa o pasiva de una masa de individuos en sus acciones, psicológicamente unificados mediante la manipulación psicológica e incorporados en una organización.
Freund (1968)	➤ Arte de dirigir a la opinión pública para que suscriba específicamente a ciertos fines partidistas o causas políticas.
Durandin (1983)	➤ Vehículo de influencia para conseguir que se vote a un determinado candidato, lealtad a un partido o pasión por el combate.
DeVito (1986)	➤ Persuasión organizada.
Shultz y Godson (1986)	➤ Información que intenta deliberadamente influenciar o manipular o ambas cosas a la vez, las opiniones de un agrupamiento dado tomado como blanco.
Young (1986)	➤ Uso deliberado, planeado y sistemático de ciertos símbolos, mediante la sugestión y otras técnicas psicológicas conexas, con el propósito de alterar y controlar opiniones, ideas, valores y modificar acciones públicas con un sentido predeterminado.
Pizarroso Quintero (1990)	➤ Proceso de diseminación de ideas que puede suceder a través de diversos canales cuya finalidad última es promover en el grupo al que se dirige los objetivos del emisor que no son necesariamente favorables al receptor.
Blázquez (1993)	➤ Técnica persuasoria o intencionada que sirve de los medios de comunicación social y recurre a la sugestión, a las debilidades emocionales y a los pseudo argumentos para seducir a los destinatarios, que se desarrolla en el terreno de las ideas, de los sistemas ideológicos, sobre todo políticos.

Autor y Año	Definición Propuesta
Pratkanis y Aronson (1994)	➤ Comunicación de un punto de vista con la finalidad de que el destinatario de la llamada llegue a aceptar voluntariamente esta posición como si fuese suya. Abuso de la persuasión que, mediante el uso de técnicas como el retaceo de información, el empleo de marcos de presentación de la información que guían a conclusiones sesgadas y la aplicación de otras tácticas éticamente cuestionables, da paso a la sugestión de masas o influencia mediante la manipulación, verbal y no verbal, de símbolos y de la psicología del individuo.
Sproule (1994)	➤ Persuasión organizada de masas llevada a cabo por grupos o instituciones con la finalidad de ganar al público en pos de ciertos intereses especiales, mediante la orquestación masiva de un mensaje atractivo, a través de un plan cuidadosamente predeterminado que se vale de la manipulación de símbolos para comunicar el objetivo de la audiencia.
Pratkanis y Turner (1996)	➤ Proceso que resulta en la manipulación de la masa por parte de las elites y se dirige a cumplir las necesidades del comunicador del mensaje.
Nelson (1996)	➤ Forma sistemática de persuasión propositiva que intenta influir las emociones, actitudes, opiniones y acciones de audiencias específicamente seleccionadas para propósitos ideológicos, políticos o comerciales, mediante la transmisión controlada de mensajes unilaterales (que pueden o no apoyarse en hechos) vía medios de canalización masivos o directos.
Carey (1997)	➤ Modo de comunicación cuyo formato y contenido se seleccionan con el único propósito de lograr que un segmento de audiencia escogido adopte ciertas actitudes y creencias previamente elegidas por el comunicador.
Taithe y Thornton (2000)	➤ Indicador de la identidad de una comunidad política que revela el modo en que resulta aceptable la comunicación de los mensajes políticos para esa comunidad.
Perry-Giles (2002)	➤ Mensaje estratégicamente diseñados que un grupo o institución diseminan al público masivo con la meta de generar una acción que le reporte beneficios al emisor.

Autor y Año	Definición Propuesta
Taylor (2003)	➤ Medio para el logro de un fin, proceso por el que una idea u opinión es comunicada a alguien con un específico propósito persuasivo. Consiste en el intento deliberado realizado a través de cualquier medio para persuadir a la gente para que piense y actúe de un modo deseado por la fuente de la comunicación.
Johnson-Cartee y Copeland (2004)	➤ Marketing dirigido a individuos dentro de grupos sociales.
Sorenson (2006)	➤ Diseminación selectiva pero creíble de ideas e informaciones verdaderas, con el propósito de persuadir a otras personas de pensar y actuar en modos que profundizarán los propósitos de una nación.
Linebarger (2006)	➤ Persuasión organizada por medios no violentos.
Kaid y Holtz-Bacha (2006)	➤ Mensaje controlado, comunicado a través de cualquier canal diseñado para promover los intereses políticos de individuos, partidos, grupos, gobiernos o cualquier otra organización.
Jowett y O'Donnell (2006)	➤ Intento deliberado y sistemático de modelar las percepciones, manipular las cogniciones y dirigir el comportamiento para obtener una respuesta que promueva el intento deseado del propagandista.

Por su parte el Diccionario de la Real Academia Española define el término propaganda como “la acción o efecto de dar a conocer una cosa con el fin de atraer adeptos o compradores”. En este sentido, y recogiendo los aspectos más resaltantes de todas las definiciones anteriores, el autor entiende como propaganda:

Técnica de persuasión organizada de masas, llevada a cabo a través de los diferentes medios de comunicación, en la cual se elaboran mensajes a partir de símbolos y signos, psicológicamente unificados, con el fin de influir y alterar emociones, opiniones y valores del receptor.

Elaboración del Autor.

Según el autor Jean – Marie Domenach (1971)¹⁰ los factores para el estallido de la propaganda, fue la dislocación de estructuras antiguas, los nuevos medios de comunicación social y el desarrollo tecnológico de los ya existentes, el crecimiento de las grandes ciudades y la inseguridad de la condición industrial, así como las amenazas de crisis y guerras.

El verdadero propagandista, el hombre que quiere convencer, aplica toda suerte de fórmulas, según la naturaleza de la idea y la de sus oyentes; pero actúa principalmente por contagio de su fe personal, por sus cualidades propias de simpatía y de elocución (Domenach, 2009).

El profesor Iván Abreu (2007) hace referencia al aparente éxito de la propaganda de guerra debido al posterior nacimiento de las primeras nociones sobre los efectos de los medios de comunicación social, ideas y creencias conocidas luego como hipótesis de la *aguja hipodérmica* o de la *bala mágica*, “basada en la psicología del estímulo – respuesta y la sociología de la sociedad de las masas”:

La propaganda es normalmente concebida como un mensaje que influye sobre una población, siendo un formato fácilmente reconocible por quien reciba el mensaje. (...) podemos entender que hay una propaganda electoral, pero también otros tipos de propaganda y, además una serie de términos relacionados como lo son la persuasión, sugestión, publicidad política, marketing electoral, desinformación, campañas negativas, lavado de cerebro o control mental, influencia subliminal y operaciones psicológicas.

¹⁰Jean- Marie Domenach, escritor y periodista francés autor del libro *La Propaganda Política*, 2009.

El proceso de desarrollo y evolución de las técnicas de la propaganda se ve evidenciada de la siguiente manera¹¹:

➤ **Hasta el Siglo XVII:**

CONTEXTO	CARACTERÍSTICAS
Antigua Grecia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se utilizó la iconografía en templos y escultural monumentales que se transformaron en símbolos de poder del Estado.
Imperio de Alejandro Magno	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se construyeron estatuas y monumentos en su honor. ✓ Retrato estampados en monedas, vasijas, edificios y otras formas de arte.
Imperio Romano	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se destinaron numerosos recursos a simbolizar las glorias y el poderío de Roma mediante la arquitectura, el arte, la literatura y la moneda. ✓ Realización de procesiones triunfales que representaban las victorias obtenidas.
Religión Cristiana	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilización de los líderes carismáticos y el simbolismo. ✓ Empleo de parábolas gráficas ✓ Surgió el poema épico como nueva forma de propaganda.
Desarrollo de la Imprenta	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Canales de propaganda de Martín Lutero. ✓ Caricaturas que satirizaban al Papa. ✓ Inicio de la Contrarreforma. ✓ Desarrollo del término Propaganda.

¹¹ Referencia tomada de: GARCÍA BEAUDOUX, Virginia; D'ADAMO, Orlando; SLAVINSKY, Gabriel. *Propaganda Gubernamental "Tácticas e Iconografías del Poder"*, La Crujía Ediciones. Argentina 2011.

➤ **Siglo XVIII:**

CONTEXTO	CARACTERÍSTICAS
Desarrollo de la tecnología de la imprenta y el transporte	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento en la velocidad de distribución de los mensajes a mayores audiencias. ✓ Incremento de la influencia del periódico como poderoso vehículo de difusión de información propagandística.
Guerra de Independencia y Revolución Francesa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Introducción del nuevo lenguaje visual a través de la utilización de las caricaturas y los afiches políticos. ✓ Se desarrolló su nivel de complejidad alcanzando una mayor organización y masificación, comenzando a tener una continuidad temporal, convirtiéndose en una intervención permanente que involucra necesariamente la coordinación de múltiples elementos.
Toma de la Bastilla (Símbolo de opresión y de prisioneros torturados)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Orquestación de acontecimientos sociales de modo eficiente para servir a la función de la propaganda.
Luis XIV (El Rey Sol) y Napoleón Bonaparte	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reconocimiento de la influencia que se obtiene mediante la manipulación de símbolos. ✓ Conocimiento de la relevancia de la unión entre poder e imagen. ✓ Difusión del culto a la personalidad como efectivo medio propagandístico.

➤ **Siglos XIX, XX y XXI:**

Durante los siglos XIX y XX se desarrollan nuevos medios de comunicación en paralelo a un fenómeno político crucial: La implementación de la democracia en diversos países. Los medios existentes lograron diseminar información a públicos considerablemente más grandes y heterogéneos, en períodos más breves.

CONTEXTO	CARACTERÍSTICAS
<p align="center">Primera Guerra Mundial (Estados Unidos-Europa)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Uso de la propaganda como parte de la infraestructura bélica de las naciones involucradas: <ul style="list-style-type: none"> • Gran Bretaña: <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>War Propaganda Bureau</i> (distribución pública y clandestina de materiales impresos). ○ <i>Department of Information</i> (guerra psicológica contra el enemigo civil) ○ <i>National War Aims Comitee</i> (propaganda doméstica). • Estados Unidos: <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Propaganda Section of the American Expeditionary Forces</i> (propaganda militar en el frente de batalla). ○ Nacimiento y organización desde el Estado de fórmulas de propaganda preparadas y calculadas (propaganda científica). ○ Uso por primera vez de técnicas sistemáticas propias de la publicidad y del marketing comercial en el campo de las ideas políticas (<i>Comisión Creel</i>). ✓ Uso de la radio como el medio de penetración por excelencia por su capacidad de enviar mensajes a través de las fronteras y atravesar grandes distancias geográficas sin la necesidad de movilización física (primera transmisión internacional).
<p align="center">Período de Entreguerras</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Revolución Bolchevique <ul style="list-style-type: none"> • Revelación Política (denuncia) • La Voz de Orden • Uso del ícono dentro del arte político y con un papel crítico asignado para el adoctrinamiento de las masas (4 grupos principales): <ul style="list-style-type: none"> ○ El trabajador ícono. ○ La iconografía de la mujer (trabajadora y campesina). ○ La iconografía del líder (Lenin y Stalin). ○ La iconografía de los enemigos (internos y externos). • Uso de la agitación como técnica educativa dirigida a las masas y como instrumento de la lucha de clases. • Utilización del cine como medio de legitimación de la revolución y su régimen político (nacionalización de la industria cinematográfica rusa). • Se creó un sofisticado sistema de propaganda que usó todas las formas de comunicación y entretenimiento disponibles. • Uso de la propaganda a escala internacional, produciendo una unión indisoluble entre su política exterior y su propaganda.

CONTEXTO	CARACTERÍSTICAS
<p align="center">Segunda Guerra Mundial</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se intensificaron los estudios de la propaganda, la Contrapropaganda, actitudes y la persuasión. ✓ Se utilizó la radio para realizar propaganda blanca, negra y gris. ✓ Se establecieron estaciones clandestinas para transmitir al enemigo información tanto verdadera como falsa, utilizando comentaristas especiales para crear la ilusión de que la transmisión provenía de sus propios países. <ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Se presentó como estrategia que los mensajes de propaganda en la guerra fuesen visto como una lucha por el “modo de vida americano. ○ Invención de la bomba Monroe: dispositivo que cargaba alrededor de 80 mil folletos que eran liberados luego de que la bomba descendía a mil pies. • Gran Bretaña: <ul style="list-style-type: none"> ○ Se dedicaron a la producción de películas, documentales y posters.
<p align="center">Guerra Fría</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se infundió el terror a través de los medios de comunicación, se explotaban los miedos y retrató a la parte rival como agresiva, militarista y represora. ✓ Se realizaron campañas de desinformación masiva, que exageraban adrede la amenaza representada por Occidente. <ul style="list-style-type: none"> • Unión Soviética: Se empleó “la desinformación” como método consistente en la difusión de noticias falsas a través de los medios masivos de comunicación con el fin de confundir a la opinión pública. • Estados Unidos: Desarrolló la “propaganda cultural” que consiste en la promoción de los interés nacionales a través de informar, comprometer e influir a públicos globales, con la intención de crear una buena imagen del país. • Diseminar productos culturales tales como la literatura, las películas o las orquestas y otras actividades educativas.

CONTEXTO	CARACTERÍSTICAS
<p style="text-align: center;">11 de Septiembre y La Guerra de Irak</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las estrategias de Osama Bin Laden eran visuales, grabaciones en video que privilegiaban su imagen. <ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Se realizó la movilización táctica de la cultura y la tradición conocida como “propaganda patriótica”, a través del uso de mitos y símbolos que evocan la identidad de la nación. ○ Se diseñaron campañas con información engañosa y distorsionada con la meta de ubicar y monitorear a los enemigos potenciales. ○ Se emplearon tácticas de guerra psicológica para desmoralizar a los talibanes.

Durante la I Guerra Mundial, según el profesor Alejandro Pizarroso¹², el elemento más resaltante de la propaganda de guerra fue la propaganda basada en las atrocidades, reales o supuestas, cometidas por el enemigo, principalmente el alemán, con el fin de desacreditarle. Luego de la I Guerra Mundial se dan los dos hitos más relevantes para el desarrollo de las técnicas de la propaganda política: La propaganda leninista y la propaganda nazi. Por una lado la propaganda leninista se reducía a dos expresiones: la revelación política (denuncia) y la voz de orden; por su parte la propaganda hitleriana es completamente de carácter psicológico (Abreu Sojo, 2007).

I.2.2.- Teorías comunicacionales de propaganda política: una aproximación a la Teoría goebbeliana.

La experiencia de la I Primera Guerra Mundial produce la sistematización teórica del fenómeno de la propaganda, así como las primeras retrospectivas históricas. Después de la guerra, algunos estudiosos teóricos de las labores de la propaganda reflexionaron acerca del trasfondo de su actuación y generaron por primera vez una teoría de la propaganda. La *Mass Communication Research*

¹² Alejandro Pizarroso, profesor del departamento de Historia de la Comunicación Social de la Universidad Complutense de Madrid.

(Investigación de los Medios Masivos de Comunicación) es una corriente que irrumpe a mediados del siglo XX con el objetivo de analizar los efectos sociales, culturales y psicológicos de los mensajes que se transmiten por los medios masivos de comunicación y las reacciones del público frente a las propuestas mediáticas con el objeto de obtener las claves para conducir el comportamiento de las masas.

Los medios de difusión han aparecido como instrumentos indispensables para la gestión gubernamental de las opiniones, tanto las de las poblaciones aliadas como las de sus enemigos y, de forma más general, han avanzado considerablemente las técnicas de comunicación, desde el telégrafo y el teléfono al cine, pasando por la radiocomunicación (Matterlad, 1997).

Según esta experiencia para Harold D. Laswell¹³, propaganda y democracia van de la mano, “*la propaganda, constituye el único medio de suscitar la adhesión de las masas*”. Laswell se interesa básicamente por los temas de propaganda, opinión pública, asuntos públicos y elecciones. En este sentido, esta línea de investigación se diferenciará de la *Escuela de Frankfurt* que habría de abordar el fenómeno mediático desde la problemática que implicaría para la sociedad en su conjunto (y no en función de comportamientos individuales) y cuyos desarrollos teóricos son conocidos como Teoría Crítica.

Los precedentes de la *Mass Communication Research* se encuentran en la llamada *Teoría de la Aguja Hipodérmica*, un enfoque teórico que utiliza procedimientos propios de las ciencias naturales y mantiene una concepción omnipotente de los medios, entendidos como instrumentos manipuladores de la conducta humana, el cual aplica el modelo mecanicista de estímulo-respuesta a los efectos sobre la audiencia con variantes más o menos elaboradas. Esta concepción mecanicista del comportamiento se relaciona directamente con el contexto socio-

¹³Harold D. Laswell (1902- 1978), pionero de la Ciencia política y de las teorías de la comunicación.

histórico y científico del momento, caracterizado por la aparición de los medios y la creencia en sus grandes capacidades para modificar las acciones humanas.

En 1940, Paul Lazarsfeld, profesor de Sociología en la Universidad de Columbia, desglosa el estudio de la comunicación en torno a los cuatro aspectos contenidos en la pregunta «¿quién dice qué, a quién y con qué efecto?», donde señala a los efectos de la comunicación en el individuo y en la sociedad, como el más decisivo y relevante. En el terreno electoral, Lazarsfeld recurrió a la técnica del panel para estudiar los estadios sucesivos de la decisión en “*proceso de formación*”.

El padre de la propaganda nazi fue Joseph Goebbels, responsable del Ministerio de Educación Popular y Propaganda, creado por Adolf Hitler a su llegada al poder en 1933. Goebbels había sido el director de la tarea comunicativa del Partido Nazi y el gran arquitecto del ascenso al poder. Una vez en el Gobierno y con las manos libres para monopolizar el aparato mediático estatal, Goebbels prohibió todas las publicaciones y medios de comunicación fuera de su control, y orquestó un sistema de consignas para ser transmitido mediante un poder centralizado del cine, la radio, el teatro, la literatura y la prensa. Era también el encargado de promocionar o hacer públicos los avisos del gobierno.

Usó lo que hoy en día se conoce como el *marketing social*¹⁴, glorificando sentimientos de orgullo, promoviendo odios y en ocasiones mintiendo y convenciendo a la población de cosas alejadas de la realidad. Ante la necesidad de un respaldo económico Goebbels inauguró la ayuda de invierno de 1941, en ella se promovía la colaboración del pueblo y el descuento obligatorio del 10% de los sueldos. En esa temporada los chicos de las Juventudes Hitlerianas salían con

¹⁴ *Marketing social* es la aplicación de las técnicas del *marketing comercial* para el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo en orden a mejorar su bienestar personal y el de su sociedad". Esta definición pertenece a Alan Andreasen y fue publicada en su libro *Marketing Social Change*.

alcancías en mano a recaudar donaciones. Otra de las singularidades de este evento se observaba en algunos voluntarios como dibujantes rápidos que hacían retratos por 2 marcos o más. También tuvo empleo otras técnicas y métodos como el de hacer esperar al público alemán por las noticias en tiempos de victoria para crear un fuerte suspenso y hacer que cuando recibieran las buenas nuevas la alegría sea más duradera.

I.2.3-. Propagandas de cartel en medios impresos (tipo afiches y posters).

El cartel político es un instrumento gráfico y visual utilizado para la transmisión de ideologías de cualquier partido político. Durante el siglo XX se utilizó como herramienta de propaganda política de cualquier régimen, democrático o autoritario; sin embargo, su uso más prominente se dio lugar en la I Guerra y II Guerra Mundial y el periodo de Entreguerras, en este sentido los regímenes totalitario (Unión Soviética), fascista (Italia) y nazi (Alemania), fueron los que más uso le dieron a esta técnica.

En cuanto a los avisos propagandísticos en periódicos, revistas o semanarios, cuyo diseño es similar al de los posters y vallas, Abreu Sojo señala, que esta es una de las modalidades más utilizadas, por la ventaja que implica el que un periódico o revista destine, dentro del “mosaico” informativo.

La inserción de anuncios políticos no produce ningún efecto repulsivo y, además, está el hecho de la comodidad, pues un periódico se lee cómo y cuándo se quiera. A través de periódicos de gran tiraje y circulación nacional se puede asegurar una gran cobertura del aviso (Abreu Sojo, 2007).

Otra de las ventajas referidas por el profesor Abreu Sojo, es que los avisos de prensa permiten una insistencia tenaz, logrando en el receptor el efecto de estar en la

mente de los miembros meta. En ocasiones se utilizan un conjunto de avisos concatenados de tal manera de que, durante varios días o a lo largo de las distintas páginas del periódico, vayan apareciendo avisos relacionados entre sí de forma secuencial, lo que despierta la curiosidad del lector.

Los estudiosos Beaudoux, D'Adamo y Slavinsky (2011) explican que en los afiches se plasman comunicaciones producidas por algún partido, grupo, individuo o gobierno que desea avanzar una idea o generar un cierto estado de cosas, “se trata de un herramienta de comunicación que permite el control del mensaje por parte del emisor.

El autor propone que los carteles impresos le otorgan total libertad al comunicador, sin embargo, es una labor compleja a la hora de realizar su composición, ya que debe llegar a la mayor población posible tomando en cuenta el uso de los colores, tipografías, *slogan*, imágenes y frases cortas en un solo afiche.

CARACTERÍSTICAS DE LA PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS	
Beaudoux, D'Adamo y Slavinsky (2011)	Abreu Sojo (2007)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Permite el empleo de diversas formas de promover la causa o el líder. ✓ Se debe contar con suficientes recursos financieros para costear la campaña para lograr niveles de penetración aceptables. ✓ Creación de prensa partidaria o ideológica. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ideales para la difusión de eslóganes, dado que los mensajes deben expresar de modo sintético las intenciones del comunicador. ✓ Son mensajes sencillos y factibles de rápida visualización. ✓ Pueden ser segmentados por <i>targets</i> de audiencia. ✓ Por su simpleza no suelen requerir de altos niveles de educación formal. ✓ Pueden llegar tanto a la razón como a la emoción. ✓ Permiten adaptar el mensaje al público que la recibe, concentrar una doctrina en pocas ideas. ✓ Contiene en simultáneo 2 (dos) estímulos, mensaje icónico y texto breve.

I.2.4-. La campaña para las elecciones legislativas de 2010.

El estudio del contexto venezolano para las elecciones legislativas de 2010 se realiza en base al seguimiento de los diferentes periódicos de la capital, en un periodo comprendido entre Mayo y Octubre del presente año (Las Verdades de Miguel, Últimas Noticias, El Nacional, El Universal, Ciudad Caracas, El País y Tal Cual); así mismo se incluyen trabajos previos de otros investigadores en años anteriores, libros, revisión constante de páginas web, en la que se incluyen páginas de partidos de la oposición, como de partidos del oficialismo.

Los comicios para elegir los diputados para la Asamblea Nacional en los años 1958, 1963, 1968, 1973, 1978, 1983 y 1993 se dieron simultáneamente con las elecciones presidenciales. Esta característica tenía como particularidad que los niveles de abstención se mantuvieran en niveles muy bajos, dada la importancia concedida por los ciudadanos al voto por el Presidente de la República. Por otra parte, la campaña colocaba la imagen del aspirante a la presidencia como figura primordial ante las imágenes de los candidatos para diputados y senadores. Para el año 2005, luego de la relegitimación de los poderes públicos, a través de las elecciones del año 2000, la elección de los diputados a la Asamblea Nacional y la del Presidente de la República quedaron separadas una de la otra en virtud de los períodos correspondientes a cada uno de estos cargos (5 años para los diputados de la Asamblea y 6 años para la presidencia). Este cambio trajo como consecuencia el diseño de nuevas campañas electorales.

En este año electoral se incrementa la abstención con el retiro de los candidatos de la oposición, el 28 de Noviembre de 2005, para la conformación de la nueva Asamblea Nacional. Según un estudio realizado por el profesor Herbert

Koenek¹⁵ (2010) los partidos del oficialismo diseñaron un escenario de competencia electoral basado en la intimidación y la discriminación ante aquellos que no se mostraban públicamente a favor de sus candidatos, “las llamadas listas de Tascón y Maisanta, la utilización de máquinas capta huellas, el uso abusivo de medios de comunicación para promover las candidaturas, la desconfianza ante el directorio del CNE, entre otros”.

Las elecciones tuvieron lugar el 4 de diciembre, con una abstención del 74,4% del total de los electores registrados y 5,7% de votos nulos. Estos elevados índices de abstención fueron indicadores que mostraban la deslegitimación del poder del oficialismo y la recuperación de la población opositora. Sin embargo, distintos dirigentes del oficialismo han admitido que esa estrategia abstencionista sirvió más bien para fortalecer al Presidente Hugo Chávez y a su gobierno, al permitirle el control total del Poder Legislativo.

La campaña para las elecciones legislativas del 26 de septiembre fue considerada, por expertos en el tema, como un barómetro para medir la popularidad del Presidente Hugo Chávez de cara a las elecciones presidenciales de 2012, y una nueva oportunidad para que los partidos de oposición se fortalecieran. La encuestadora *Keller & Asociados* en un artículo difundido por el diario *El Universal* afirmó que “la popularidad del presidente Chávez ha disminuido fuertemente en el último año llegando a 37% en este inicio de campaña, lo que se traduce en una baja intención de voto para el oficialismo, que se ubicaba en 32% frente al 46% de la oposición”. El director de la firma encuestadora *Keller & Asociados*, Alfredo Keller resaltó¹⁶:

¹⁵ Koenek, Herbert (2010) Artículo: “26S: Elecciones parlamentarias con protagonismo presidencial”. *VenEconomía*. Vol. 27.

¹⁶ Artículo: Keller: Inseguridad y alto costo de la vida preocupan a venezolanos, Chávez tiene intención de voto del 38%. www.Informe21.com

Los temas más graves siguen siendo principalmente la inseguridad y el costo de vida, entre otros. 85% de los venezolanos consideran que la inseguridad es un problema no atendido por el gobierno. El costo de vida ha aumentado con respecto al año pasado deteriorándose en un 25% y el tema de los precios deteriora considerablemente la capacidad de estabilidad familiar; además estos problemas que venimos analizando trimestre tras trimestre, en estos momentos no hay ninguno que esté en positivo. Lo que los venezolanos apoyan son las ideas del gobierno, las cuales no se concretan y por eso generan frustración. El gobierno es muy vulnerable porque está basado en una promesa de redistribución de la renta sobre la cual construye la supuesta felicidad social.

Sin embargo, Kepler afirmó que las posibilidades de que la oposición ganara la mayoría de los escaños dentro de la Asamblea eran escasas, a pesar de que el oficialismo disminuyera su popularidad. Según las encuestas; esto se debe a los cambios en las circunscripciones electorales y la distribución de diputados en ocho Estados de Venezuela. Para los candidatos de la Mesa de la Unidad, del PSUV o de otros bloques, las elecciones parlamentarias del 26 de Septiembre se definirían en 33 circunscripciones de votación, que en conjunto elegirían a 48 diputados divididos en dos bloques. En otro artículo publicado por el diario El Universal, con fecha 13 de junio 2010, se refiere a que la tendencia histórica de votación en cada bloque refleja que los resultados registrados en cada una de las 87 circunscripciones del país, a partir del referendo de 2004 hasta el referendo por la reelección presidencial de 2009, reflejaron que los candidatos del partido Mesa de la Unidad ganaban las elecciones en 16 de estas circunscripciones.

En un estudio realizado por el ex- diputado venezolano Luis Tascón en marzo de 2009¹⁷, reveló datos de interés para la sociedad. El informe analiza objetivamente, sin emitir juicios de valor, el comportamiento electoral de tres corrientes partidistas,

¹⁷ Tascón, Luis (2009) *Análisis de las Tendencias Electorales en Venezuela de las elecciones de 1998 hasta el referendo de 2009 con proyección a Diciembre del año 2010 (con base a la antigua Ley del Sufragio) ¿de dónde venimos, dónde estamos y para dónde vamos.*

los oficialistas, los de oposición, y la abstencionista. Dicho informe muestra el crecimiento de estas corrientes durante los últimos 10 años, según estudio, precisa un 4,39% para los partidos del oficialismo, 5,14% para la oposición y -6,98% para la abstención. El análisis del informe apunta al descenso de la participación del oficialismo, la cual está migrando a la oposición al igual que la abstención. El informe apunta que de seguir estas tendencias la oposición estará sobrepasando en 2,80% al oficialismo en las elecciones parlamentarias de 2010. Otro aporte de este análisis para la presente investigación, es el estudio realizado por Estado venezolano, agrupados por “prioridades”, alta, media y baja. El autor observa que el grupo de “Alta prioridad”, contiene 12 entidades la cual concentra 12.208.155 electores, lo que representa el 73.03% del registro electoral y el 62,28% de los cargos dentro de la Asamblea Nacional. Dicho grupo expone la tendencia de que el oficialismo pudiera perder los grandes poblados, en el cual la oposición ha crecido en 8,12% con respecto al 2,28 de los sectores del oficialismo. En los otros dos grupos “media y baja prioridad”, el oficialismo está mejor posicionado que la oposición, sin embargo, sólo representa el 26,22% de la población electoral.

Oficialmente la campaña electoral para las elecciones parlamentarias comenzó el 25 de agosto y culminó en la medianoche del 23 de septiembre bajo los siguientes reglamentos electorales:

Reglamento	Consideración General
4	La Ley Orgánica de Procesos Electorales en materia de los Actos de Instalación, Constitución, Votación, Escrutinio y Auditoría en el Proceso Electoral.
5	El presente Reglamento tiene por objeto regular y controlar el origen, uso y destino de los fondos utilizados para el financiamiento de las campañas electorales, de las Organizaciones con Fines Políticos, Grupos de Electoras y Electores, comunidades u organizaciones indígenas y, candidatas y candidatos, aún cuando fueran por sustitución o modificación de postulaciones.

Reglamento	Consideración General
6	El presente Reglamento tiene por objeto regular la propaganda durante la campaña electoral desarrollada por las candidatas y candidatos, Organizaciones con Fines Políticos, Grupos de Electoras y Electores, así como las comunidades u organizaciones indígenas, durante el proceso electoral.
Reglamento Especial	El lapso de campaña electoral iniciará a las seis (06:00.) de la mañana del 25 de agosto del corriente, y finalizará a las doce (12:00) de la noche del 23 de septiembre del corriente. Las candidatas y candidatos, Organizaciones con Fines Políticos, Grupos de Electoras y Electores, así como las comunidades u organizaciones indígenas podrán contratar la difusión de propaganda electoral a través de los prestadores de servicio de televisión pública y/o privada.

Fuente: Página Web oficial del Consejo Nacional Electoral.

Dentro de las regulaciones impuestas por el CNE en cuanto a materia electoral, el Diario Últimas Noticias presentó una guía rápida e informativa acerca de los datos que el pueblo debe saber en cuanto a las prohibiciones y demás datos dentro del proceso electoral (Ver Anexo A):

- Se prohíbe la propaganda que se produzca fuera del lapso establecido por el CNE.
- Atente contra el honor, la vida privada, intimidad, propia imagen, confidencialidad y reputación de las personas.
- Promueva la guerra, discriminación, o intolerancia y desobediencia de las leyes.
- Omite datos que permitan la identificación del promotor de la propaganda.
- Desestimule el ejercicio del derecho al voto.
- Contenga expresiones obscenas y denigrantes como órganos, entes y funcionarios públicos.
- Utilice la imagen, sonido o presencia de niños o adolescentes.
- Utilice símbolos nacionales o regionales de la patria o de próceres de la República o colores de la Bandera Nacional.
- Utilice la imagen, nombres o apellidos de un ciudadano, así como colores y símbolos que identifiquen un partido sin su autorización.

- Violente la normativa establecida en la legislación en materia de protección animal.
- Sea financiada con fondos público distintos a los previstos en la ley.
- Atente contra la salud mental de los ciudadanos y promueva estereotipos de discriminación de género de cualquier otro tipo.

Desde principios del año 2010, el Partido Unido de Venezuela (PSUV) anunció la “Campaña Admirable” con la que competirían en las elecciones legislativas; entre las estrategias de propaganda usadas por el Partido Unido de Venezuela (PSUV) dirigida por el Comando de Campaña Bolívar 200, estuvo la salida de 36 mil 306 patrullas (50 militantes por cada una) a la calle en busca de los votos de los indecisos, trabajando bajo el criterio del 1 por 10 (Ver Anexo B). Aristóbulo Isturiz, Jefe del comando, dijo que “tienen la data de las organizaciones sociales de 2 millones y medio de compatriotas que han sido y son beneficiarios de las políticas sociales, que por lo menos deben tener una razón para respaldar a Chávez”¹⁸. Con este plan estratégico, se estimaba que cada patrullero ubicara a 10 nuevos electores y les informara sobre el proyecto del Presidente Hugo Chávez y así sumar un millón y medio más de electores a favor. La idea presentada era “meterse en la conciencia de cada elector y cada electora venezolana para así garantizar el triunfo electoral”. Por otra parte, se dictaron talleres ideológicos en diferentes regiones del país, dirigidos a los candidatos y patrulleros, con el fin de lograr mayor claridad política acerca del momento que se vive en Venezuela.

Por otro lado, la oposición aún no tenía un plan de arranque para la campaña. Su objetivo para la fecha era definir los candidatos de la Unidad. Su objetivo era conseguir el mayor número de escaños dentro del Parlamento, lo que disminuiría las posibilidades del oficialismo de hacer grandes cambios en materia legislativa.

¹⁸ Aristóbulo Isturiz. Alocución en acto realizado en la Sala Plenaria de Parque Central, acompañado con Jefes de Patrullas del Municipio Libertador. Caracas 25 de Junio 2010.

Durante el desarrollo de la campaña Organizaciones de la oposición denuncian abusos por parte del Presidente de la República, con respecto a la campaña electoral. Las mismas responden a supuestos abusos realizados por el mandatario valiéndose de su alto cargo, para hacer uso de medios de comunicación en pro de los candidatos. Según datos ofrecidos por la Organización de Vigilancia Electoral Súmate¹⁹ denuncia que en el primer semestre del año, el Jefe del Estado efectuó 170 transmisiones a través de la red de medios públicos, contando que 9 fueron para promocionar a los candidatos del partidos del gobierno.

Por su parte, el Proyecto de Inclusión Social elaborado por el Consejo Nacional Electoral (CNE), como parte de la campaña, tenía como objetivo disminuir la abstención a través de la búsqueda de nuevo electores, en regiones y zonas recónditas del país. La labor se dio inicio en marzo de 2009 logrando convertir garajes, casas comunales, canchas y patios de viviendas en 101 nuevos centros electorales. El Diario Últimas Noticias²⁰ refleja la labor realizada por los técnicos del CNE: la Parroquia Sucre cuenta con veintiún (21) nuevos centros electorales, en Antímamo se agregaron once (11) centros, La Vega tiene nueve (09) puntos electorales, en San Agustín hay cuatro (04) nuevo centros, incluida una de las estaciones del Metrocable, en Petare se agregaron veintiún (21) nuevos centros electorales, ubicados en escuelas canchas y preescolares, Coche cuenta con cinco (5) centros nuevos y en el 23 de Enero se sumaron diez (10) centros electorales.

Las Elecciones Legislativas Nacionales de Venezuela de 2010 se llevaron a cabo el 26 de septiembre para renovar todos los escaños de la Asamblea Nacional. Esta es la primera elección que se realizó estando en vigencia la nueva Ley Orgánica de Procesos Electorales, aprobada por la Asamblea Nacional en 2009 (Ver Anexo).

¹⁹ Crespo, Carlos (2010) Artículo: “*Denuncian abusos de Chávez en campaña electoral*”. El Nacional; Pág 2.

²⁰ Rojas Gabriela (2010). Artículo: “*El voto que cuenta Cerro Adentro*”. Diario Ultimas Noticias (Pag 2).

La misma se realizó bajo el sistema de voto paralelo²¹, escogiéndose 52 escaños bajo el sistema de representación proporcional²², y 110 escaños en base al escrutinio uninominal mayoritario, formándose circunscripciones electorales según la base poblacional de 1,1% de población total del país. Está definido que todas las entidades federales venezolanas deben elegir como mínimo tres diputados; adicionalmente se eligen tres diputados adicionales, en representación a los pueblos indígenas, dentro de tres circunscripciones especiales. En total, 165 diputados tienen la responsabilidad de representar al pueblo y a los Estados en su conjunto, dos diputados menos que en la elección de 2005. Además, se eligieron los doce representantes venezolanos para el Parlamento Latinoamericano, bajo el sistema de representación proporcional. La participación fue de 66,45%, casi el triple que en la última elección legislativa, cuando la oposición se abstuvo de participar, alegando "falta de garantías" por parte del Estado. Tras estos hechos, el oficialismo mantuvo el control del parlamento.

El PSUV obtuvo la mayoría simple, 98 de los 165 escaños. Por su parte, la oposición, agrupada bajo el partido Mesa de la Unidad, obtuvo 33 diputados menos que el oficialismo, aunque la diferencia en votos entre ambos fue inferior al 1%. También destaca el bloque independiente de Patria Para Todos que obtuvo dos diputados y cuya importancia recae en que ese partido podrá apoyar o evitar la aprobación de leyes habilitantes que requieran de las tres cuartas partes de la Asamblea, es decir, la mayoría absoluta de 99 diputados. Los nuevos diputados asumirán sus cargos el 5 de enero de 2011, y permanecerán en ellos hasta el 5 de enero de 2016, a menos que sean reelectos entonces.

²¹ Voto Paralelo, sistemas de votación mixtos en los que los votantes participan en dos elecciones concurrentes que utilizan sistemas electorales diferentes y en los que una elección a menudo no tiene ninguna influencia directa sobre los resultados de la otra.

²² Representación Proporcional, sistema electoral en el que el porcentaje de votos que reciben los partidos políticos determina el número de escaños que les son asignados en las asambleas legislativas o parlamento

CAPÍTULO II

TEUN VAN DIJK Y EL ANÁLISIS DEL DISCURSO IDEOLÓGICO

II.1.- Teun Van Dijk

II.1.1.- Bases teóricas del análisis del discurso ideológico

La vida del lingüista Teun Van Dijk comienza el 7 de mayo de 1943 en Naaldwijk, Países Bajos. Es el creador de la ciencia del Texto Catedrático de Estudios del Discurso en la Universidad de *Ámsterdam*, actual profesor de la Universidad *Pompeu Fabra* en Barcelona desde 1999. Las otras áreas de su investigación en los estudios del discurso han sido la teoría literaria, la pragmática del discurso, la psicología del procesamiento del discurso, las noticias, el discurso racista, la ideología, el conocimiento y el contexto. Aunque la vida de Van Dijk se inició dentro del mundo académico de la lingüística, particularmente en el área de la gramática, fue desarrollando con el pasar del tiempo, el análisis del discurso desde el punto de vista estructural ahondando con el tiempo los campos de la psicología y la sociología para descubrir la parte viva del discurso, principalmente en el texto y el habla, para poder entonces observar las influencias que los discursos ejercen en la sociedad.

En un trabajo realizado por la Antropóloga Cynthia Meersohn (2005), nos refiere a los primeros trabajos del lingüista, los mismos se encuentran en el campo de la teoría literaria, especialmente en el tema del lenguaje literario. Para comienzos de 1970 se interesa por la gramática del texto y estando bajo la influencia de Noam Chomsky²³ se pregunta por el conjunto de reglas que describen estructuralmente los textos literarios. En este sentido, la primera meta a lograr era resaltar las relaciones de

²³Noam Chomsky, Lingüista, filósofo y activista estadounidense. Es profesor emérito de Lingüística en el MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts) y una de las figuras más destacadas de la lingüística del siglo XX.

coherencia y semántica entre oraciones, y en general del discurso. Los estudios de la coherencia del discurso, tanto a nivel local como global la estudia a través de la psicología, pero adoptando también terminología de la semiótica formal y la filosofía, como por ejemplo, la noción de que la coherencia está determinada por la relación referencial a los hechos de un mundo posible.

En 1974 Van Dijk conoce a Walter Kintsch, un psicólogo norteamericano que por primera vez afirma explícitamente que el objeto de estudio de la psicología cognitiva del entendimiento, no debía comprender oraciones individuales, sino textos completos. Es entonces cuando empiezan sus estudios en la pragmática del discurso, entendiéndola entonces como el estudio de los actos de habla y sus consecuencias.

Mientras la sintaxis tiene que ver con las formas, la semántica con el significado y la referencia, la pragmática tiene que ver con la acción, o sea, formula las condiciones en que son apropiados los actos de habla (Meersohn, 2005).

En 1980 durante un curso que impartía en México, infiere que si bien la gramática del texto y las teorías psicológicas son interesantes como área de estudio, ellas no tienen que ver con los problemas del mundo y la sociedad. A través de este análisis Van Dijk empieza a trabajar en problemas de índole político y social tomando como tema fundamental el racismo, específicamente en Europa. A partir de esto, escribe artículos en relación a las conversaciones, la prensa, las noticias como discurso, los libros de texto, los debates parlamentarios y otros debates de las elites, los discursos corporativos y también sobre las consecuencias de hacer investigación anti-racista.

En 1990, paralelamente a sus investigaciones acerca del discurso y el racismo expande sus estudios e incluye en sus temas el poder y la ideología. En diversos artículos examina las maneras en que es distribuido el acceso a los discursos entre

varios grupos de personas y se da cuenta que el acceso es escaso para la gente, es decir que “la elites pueden ser deificas entre otras cosas por su acceso preferencial (si no control) al discurso público”, Meersohn (2005). Estos antecedentes dieron paso a que Van Dijk enfatizara que el análisis del discurso debía tener una dimensión crítica a través de su orientación, tópicos, problemas, temas y métodos, el análisis de discurso debiera participar activamente, a su manera académica, en debates sociales, y debe realizar investigaciones que estén al servicio de quienes más lo necesitan.

En 1995, se comienza el estudio de la ideología, Este concepto ha sido definido por Van Dijk (2004) en términos de las creencias cognitivas fundamentales que están en la base de las representaciones sociales compartidas por los miembros de un grupo. Así, las personas pueden tener creencias ideológicas racistas o sexistas que están en la base de los prejuicios racistas y sexistas compartidas por los miembros de su grupo y que condicionan sus discursos y otras prácticas sociales.

Entonces, necesitamos entender cómo se relacionan estas formas diferentes de cogniciones compartidas socialmente, tales como el conocimiento y las ideologías. Todos estos proyectos tratan de elucidar cómo el discurso se relaciona a la sociedad y las cogniciones sociales (...) qué avances teóricos influyen y son inspirados por el trabajo crítico, por ejemplo, en el área del racismo, los medios de comunicación de masas, la política y otros discursos sociales importantes que producen el poder y el abuso de poder (Van Dijk 2004).

El autor propone como necesario el previo análisis ideológico de los discursos políticos, según la estructura propuesta por el lingüista Teun Van Dijk, como paso fundamental para realizar estudios posteriores según la problemática de cada región o país y el resultado que se quiera obtener. En este caso se realiza un primer desmontaje de la propaganda política en medios impresos, durante la campaña electoral legislativa de 2010 en Venezuela.

Van Dijk (1996) comenta que el análisis ideológico del lenguaje y del discurso es una postura crítica ejercida ampliamente entre estudiantes de las

humanidades y las ciencias sociales. Este análisis supone poner “al descubierto” la ideología de hablantes y escritores a través de una lectura detallada del discurso. Para Teun A. Van Dijk, la comprensión de un texto se fundamenta en la unidad semántica y pragmática. En el nivel semántico, la unidad se expresaría a partir de la coherencia lineal y global de un discurso; en el nivel pragmático, a partir de la adecuación de la secuencia de actos de habla en relación con los propósitos pragmáticos del o los emisores de un texto. Sin embargo, quien reconoce esta unidad es el lector/oyente a través de un proceso cognoscitivo de fases complejas, en el cual intervienen las memorias a corto y largo plazo y el estado cognoscitivo de quien interpreta. No obstante, para entender el análisis estructural del discurso propuesto por Van Dijk, el autor realizará una breve explicación de los elementos que componen esta disciplina, comenzando por la definición del vocablo Discurso.

El Discurso: Van Dijk (2000), define el término “discurso” como una forma de aplicación del lenguaje y una interacción verbal. Sin embargo, el término puede hallarse definido de formas diferentes, por ejemplo en los medios de comunicación y algunas ciencias sociales. Otros especialistas en el área incluyen dentro de esta definición otros componentes esenciales en este concepto: quién utiliza el lenguaje, cómo lo utiliza, por qué y cuándo lo hace.

En otras palabras, las personas utilizan el lenguaje para comunicar ideas o creencias (o para expresar emociones) y lo hacen como parte de sucesos sociales más complejos, por ejemplo, en situaciones tan específicas como un encuentro con amigos, una llamada telefónica, una lección en el aula, una entrevista de trabajo, una consulta con el médico. También cuando leen o escriben una noticia periodística.

El discurso según Van Dijk se separa en tres dimensiones principales: el uso del lenguaje, la comunicación de creencias (cognición) y la interacción en situaciones de índole social.

El sonido, la vista y el cuerpo: Tomando como referencia la semiótica, entendiéndose como el estudio de los signos, se realza la importancia del análisis de las dimensiones visuales del discurso, especialmente en estos tiempos de comunicación multimedial. El estudio de la publicidad, de los libros de texto o de los programas de televisión exige un enfoque multimedial o multimodal, aclara Van Dijk.

Orden y Forma: En este sentido el análisis del discurso también debe tener en cuenta las formas abstractas de las oraciones, es decir, el orden de las palabras, las frases o las clausulas y otras propiedades que estudia la sintaxis. Se estudia de qué manera influyen en la forma de las oraciones otras oraciones próximas en el texto o la conversación.

El orden de las palabras o de las frases en una oración no es arbitrario. Puede cumplir diversas funciones con respecto a otras oraciones del discurso (...) El orden de las palabras puede también desempeñar otras funciones, como la de indicar contrastes, énfasis o una elección entre varias alternativas. De modo análogo, el orden “normal” de las palabras de una oración puede cambiar en función de las estructuras de las oraciones anteriores o de la información que estas brindan (Van Dijk, 2000).

Sentido: Mientras que la sintaxis del discurso se ocupa de la estructura formal de las oraciones, la semántica del discurso estudia la estructura de las proposiciones, en especial las relaciones entre las proposiciones de un discurso. Dentro de dichas estructuras Van Dijk recomienda tomar en cuenta los tópicos y los temas. Los tópicos constituyen los sentidos globales del discurso y definen su coherencia global. “Los tópicos son elementos cruciales del texto y la conversación, definen la unidad global del discurso y se expresan en ciertos segmentos del discurso, como los titulares, los resúmenes o las conclusiones”.

Estilo: El estilo es habitualmente una variación dependiente del contexto del nivel de expresión del discurso. El concepto de estilo supone, según Van Dijk, que al menos

algo (el sentido, el t3pico, los sucesos) permanecen igual, de modo que podemos comparar c3mo los discursos dicen lo mismo.

Ret3rica: Son todos aquellos recursos de persuasi3n (aliteraci3n, rima, iron3a, met3fora, hip3rbole, entre otros). En este sentido, las figuras ret3ricas son las que atraen en cierta medida la atenci3n de los receptores. Sin embargo, as3 como las estructuras ret3ricas tienen relaci3n que la persuasi3n del discurso, elementos como el estilo, el sentido o la coherencia tambi3n depende de ella.

Por 3ltimo, es importante destacar que, para Van Dijk (1980), existen condiciones cognitivas y sociales. Las primeras son de car3cter convencional y especifican la adecuaci3n del acto con respecto al conocimiento, las creencias, los deseos y las evaluaciones de los hablantes. Las condiciones sociales, por su parte, se3alan que, para determinados actos de habla, el hablante debe tener una posici3n social que le permita realizar dicho acto, es decir, debe existir una relaci3n de jerarqu3a entre los hablantes. Es por esto que destaca que algunos actos de habla requieren condiciones institucionales, por ejemplo, que s3lo los jueces pueden llevar a cabo los actos de habla de perdonar y condenar, y s3lo los polic3as pueden arrestar a la gente.

El autor siguiendo las referencias planteadas por Teun Van Dijk (1996), propone el siguiente cuadro referencial para el desmontaje de cualquier discurso oral y escrito.

Cuadro Referencial 1

Teun Van Dijk

ESTRUCTURAS DEL DISCURSO	CONTEXTO POLÍTICO- HISTÓRICO		
	El Hablante habla como miembro de un grupo social; y/o se dirige al destinatario como miembro del grupo; representaciones subjetivas del evento comunicativo y de sus participantes como miembros de categorías o grupos.		
	ESTRUCTURA FONOLÓGICA		
	Tensión	Picos, volumen,	Entonación.
	ESTRUCTURA GRÁFICAS		
	Encabezado	Fuentes en negritas.	Ordenamiento y tamaños generales de la fuente.
	ESTRUCTURA SINTÁCTICA		
	Tipos de oración. Verbo, sujeto, predicado. Artículos, adjetivos.	Relación entre los signos y símbolos. Orden de las palabras.	Expresa una proposición. Denota un hecho Tópicos
	ESTRUCTURA SEMÁNTICA		
	Macroestructura vs. Microestructura	Funcionalidad. Significado y significante de cada palabra. Coherencia: lineal y global.	
ESTRUCTURAS DEL DISCURSO	ESTILO LÉXICO		
	Palabras de opinión positivas vs. Negativas.		
	ESTRUCTURA RETÓRICA		
	Metáfora: Comparación abreviada a través de una palabra o frase con un significado distinto al habitual.		
	Metonimia: Designar una cosa o idea con el nombre de otra basándose en la relación de proximidad existente entre el objeto real y el objeto representado.		
	Prosopopeya: Atribuir a seres inanimados o abstractos, cualidades propias de los seres animados.		
	Eufemismo: Sustituir un término o frase que tienen connotaciones desagradables o vulgares, mediante el uso de otras palabras menos ofensivas.		
	Hipérbole: Exagerar un aspecto de la realidad ya sea por exceso o por defecto.		

ESTRUCTURAS DEL DISCURSO	ESTRUCTURA RETÓRICA		
	Ironía: Dar a entender lo contrario de lo que se dice. La Ironía utiliza un tono de expresión a menudo burlesco.		
	Epíteto: Uso de adjetivos innecesarios que no añaden ninguna información suplementaria para describir una idea o concepto.		
	Paradoja: Unión de dos ideas que aparentemente, en un principio parecen imposibles de concordar. Su función es invitar a la reflexión.		
	Antítesis: Emplear dos sintagmas, frases o versos en cada uno de los cuales se expresan ideas de significación opuesta o contraria.		
	Esquemas o Superestructuras		
	Encabezados.	Relato y argumentación.	Conclusión.
	Interactivo		
	Comunicación no verbal (gestos, rostro).		

II.2-. Desmontaje del discurso político venezolano.

El siguiente análisis se realizó tomando como muestra las propagandas de los partidos de la oposición y partidos del oficialismo, dentro de la prensa nacional específicamente los semanarios *El Universal* y el *Últimas Noticias*, en el período comprendido entre el 25 de Agosto de 2012 al 24 de Septiembre del 2012, período establecido por el Órgano rector de los procesos electoral (CNE – Consejo Nacional Electoral). Dichas muestras se agruparon tomando como referencia aquellos que reflejaban semejanza entre forma y fondo dentro de su contenido. Los datos mostrados son fieles a las publicaciones. La elección de la prensa se realizó tomando como base los periódicos de mayor tiraje a nivel nacional y que los mismos representaran líneas editoriales opuestas entre sí.

Previo a realizar el desmontaje de los contenidos mostrados en la propaganda de ambos partidos (oposición y oficialismo), el autor mencionará algunos aspectos importantes para lograr mayor entendimiento del análisis:

- 1) El primer paso fue la realización de 19 infografías como aporte del autor. Las mismas representan la descomposición en partes de todo el contenido mostrado. Ocho (8) de ellas fueron agrupadas por tener elementos en común en cuanto a forma y fondo.
- 2) El segundo paso fue la selección de las infografías. En el caso de la oposición se escogieron todas por carecer de publicaciones, en los periódicos mencionados, durante el mes de campaña. Por su parte, se hizo la selección de 10 infografías del oficialismo, basando la escogencia en aquellas publicaciones con mayor riqueza de elementos, tanto gráficos como de contenido escrito. Se podrá observar que el análisis no muestra un orden corrido de numeración debido a la escogencia que se realizó.
- 3) El tercer paso se hizo de la mano del cuadro propuesto por el autor, según la estructura de análisis del discurso planteado por Teun Van Dijk. La misma está compuesta por nueve (9) cuadros que conforman toda la estructura del discurso. En algunos casos, donde el contenido de la propaganda es muy extenso, sólo se tomaron oraciones principales como referencia para la comprensión total del mensaje transmitido. Así como, aquellas palabras repetidas en varios carteles, sólo se tomó una como referencia para el resto del análisis de las propagandas evitando la redundancia.
- 4) Las frases representativas o *slogans*, sí se repetirán a lo largo de todos los cuadros, siendo explicada en cada uno de ellos. La excepción se realiza tomando como base la importancia que estas tienen para la campaña.
- 5) El cuarto paso fue tomar los datos extraídos en el análisis del discurso y compararlos con los principios de propaganda nazi. Para esto se realizaron dos cuadros, propuestos por el autor, con el fin de lograr la mayor claridad y comprensión de los resultados.
- 6) Cada partido se comparó por separado para evitar cualquier confusión en los resultados arrojados.
- 7) Análisis comunicacional de los resultados.

INFOGRAFÍAS OPOSICIÓN

Infografía 1

(Campaña Propagandística con 3 variantes)

Página 1/3

los circuitos nominales (candidatos con nombre y apellido) pueden requerir 1, 2 ó 3 votos

Este 26 ¡Fíjate bien!

los circuitos nominales (candidatos con nombre y apellido) pueden requerir 1, 2 ó 3 votos

VOTA por la Unidad en la tarjeta que tú quieras

ABP ALIANZA BRAVO PUEBLO

COPEI

CUENTAS CLARAS

MAS

UNIDAD

MR

PODEMOS

JUSTICIA

PROTECTOR VENEZUELA

UNIDAD DEMOCRÁTICA

Unidos por VENEZUELA

UN NUEVO TIEMPO

U.R.D.

@unidadvenezuela

www.unidadvenezuela.org

1

- Textodescriptivo-acclaratorio acerca de cómo votar.
- Fuente color negro, sin énfasis en ninguna parte.
- Círculo de color azul con borde blanco.
- Mensaje dentro del círculo haciendo referencia del acto que deben realizar los electores.
- Figura resaltante en la propaganda, representa la importancia de este sobre la misma.
- Imágenes de los diferentes partidos que conforman en el Partido de Unidad
- Presencia de diversidad de colores representativos de los partidos.
- Links de ubicación en internet
- Texto con slogan de la campaña de la Unidad.
- Fuente en color azul, tamaño grande.
- 2da oración exclamativa, expresando una
- Imágenes descriptivas de los circuitos nominales para enseñar al elector.
- Colores verde y azul respectivamente representando el color de los diferentes partidos.
- Imagen representativa del Partido de la Unidad.
- Silueta de mano, dirección derecha.
- Fuente en negrita, dando énfasis al nombre del partido.
- Subrayado con los colores de la bandera de Venezuela.
- Forma parte del slogan del partido, fuente color azul.

(Campaña Propagandística con 3 variantes)

Página 2/3

- Imagen representativa del Partido de la Unidad.
- Silueta de mano, dirección derecha.
- Fuente en negrita, dando énfasis al nombre del partido.
- Subrayado con los colores de la bandera de Venezuela.}
- Forma parte del slogan del partido, fuente color azul.
- Imágenes de los diferentes partidos que conforman en el Partido de Unidad
- Presencia de diversidad de colores representativos de los partidos.



- Círculo de color azul con borde blanco.
- Mensaje dentro del círculo haciendo referencia del acto que deben realizar los electores.
- Figura resaltante en la propaganda, representa la importancia de este sobre la misma.
- Fondo de la propaganda de color blanco.
- Contenido: oración en fuente color negro.
- Oración que define las imágenes de todos los partidos.
- Fuente color negro.

Infografía 1
(Campaña Propagandística con 3 variantes)
Página 3/3

Este 26 ¡ Fíjate bien !

los circuitos nominales (candidatos con nombre y apellido)
pueden requerir 1, 2 ó 3 votos

1
2

VOTA por la **Unidad**
en la tarjeta que tú quieras

COPEI
ALIANZA
CUENTAS CLARAS
UNIDAD
PODEMOS
JUSTICIA
U.R.D.

Para vivir y progresar en paz

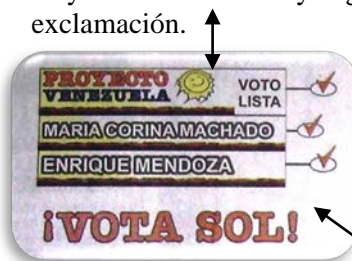
www.unidad-venezuela.org

Infografía 2

(Campaña Propagandística con 3 variantes)

Página 1/3

- Cuadro representativo de cómo se verá en la boleta de votación.
- Slogan en fuente color rojo, mayúscula sostenida y signos de exclamación.
- Texto color negro.
- Primera frase con fuente sostenida, puntos suspensivos.
- Segunda frase, fuente en mayúsculas y minúsculas.
- Fondo de la propaganda de color blanco.
- Franja de color amarillo, de forma diagonal, en la parte superior de la propaganda.
- Dibujo de un sol, color amarillo y dentro de él una cara contenta.
- Ubicación: zona superior derecha de la página.
- Fotografía de una de las candidatas
- Vestimenta blanca, al igual que el fondo de la fotografía
- Sonrisa dibujada en el rostro, cabello suelto.
- Pie de foto con nombre de la candidata. Fuente color negro con borde color blanco.
- Imagen difuminada al borde de la campaña.
- Colores amarillos y verdes, simulan hojas
- Silueta de persona
- Nombre del partido: Fuente color rojo, borde color blanco y mayúscula sostenida.
- Segunda frase: fuente color negro, borde color blanco.
- Imagen del candidato del partido.
- Vestimenta: camisa de botones color amarillo, por debajo, franela de color negro.
- Mano derecha extendida levantada hacia arriba.
- Sonrisa en su rostro.



1

Infografía 2
(Campaña Propagandística con 3 variantes)
Página 2/3



2

- Fotografía 2 de los candidatos
- Vestimentas blancas, fondo de la foto, asemeja un paisaje verde.
- Sonrisas dibujadas en sus rostros, abrazados.
- Pie de foto con nombre de los candidatos. Fuente color negro con borde color blanco.

Infografía 2

(Campaña Propagandística con 3 variantes)

Página 3/3

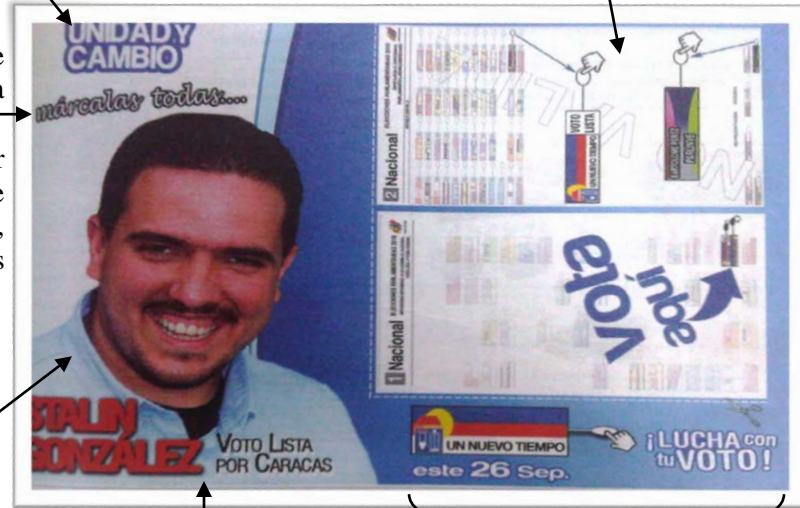
- Imagen del candidato del partido.
- Vestimenta: camisa de botones color blanco.
- Expresión de seguridad en su rostro.
- Cuadro representativo de cómo se verá en la boleta de votación.
- Slogan en fuente color rojo, mayúscula sostenida y signos de exclamación.
- Dibujo de un sol, color amarillo y dentro de el una cara contenta.
- Ubicación: zona superior derecha de la página.



- Nombre del partido: Fuente color rojo, borde color blanco y mayúscula sostenida.
- Segunda frase: fuente color negro, borde color blanco.
- Fondo de la propaganda de color blanco.
- Franja de color amarillo, de forma diagonal, en la parte superior de la propaganda.
- Imagen de una de las candidatas.
- Vestimenta blanca, al igual que el fondo de la fotografía
- Expresión sobria en su cara, no expresa emoción.
- Pie de foto con nombre de la candidata. Fuente color negro con borde color blanco.

Infografía 3

- Frase en la parte superior izquierda de la campaña.
- Texto en color blanco con borde de color azul. Dispuestas en un fondo color blanco.
- Frase en la parte superior izquierda de la campaña.
- Texto en color blanco con borde color negro, seguido de puntos suspensivos.
- Retrato del candidato del partido.
- Vestimenta: camisa de botones color azul claro, con una franela color negro por debajo.
- Risa en su rostro.
- Pie de página de la fotografía del candidato.
- Primera frase: nombre del candidato en fuente color rojo, mayúscula sostenida. Tamaño grande.
- Segunda frase, fuente en color negro, sombra color blanco, letra tamaño pequeño.
- Representación de la boleta de votación, dirección horizontal.
- Texto en una de las hojas, en fuente color azul y letras tamaño grande, dispuestas en el mismo sentido de la hoja.
- Fondo de la propaganda color azul.
- Representación del cuadro dentro de la boleta de votación.
- Colores amarillo, azul, rojo y blanco.
- Frase de lado inferior, derecho de la campaña, oración exclamativa.



PARTIDOS DE LA OPOSICIÓN**ESTRUCTURA DEL DISCURSO****CONTEXTO
POLÍTICO - HISTÓRICO**

Para los candidatos de la Mesa de la Unidad, del PSUV o de otros bloques, las elecciones parlamentarias del 26 de Septiembre se definirían en 33 circunscripciones de votación, que en conjunto elegirían a 48 diputados divididos en dos bloques. En un artículo publicado por el diario El Universal, con fecha 13 de junio 2010, se refiere a que la tendencia histórica de votación en cada bloque refleja que los resultados registrados en cada una de las 87 circunscripciones del país, a partir del referendo de 2004 hasta el referendo por la reelección presidencial de 2009, reflejaron que los candidatos del partido Mesa de la Unidad ganaban las elecciones en 16 de estas circunscripciones.

En el caso de la oposición no se buscaba el apoyo de los votantes a través de la exaltación de la figura del candidato presidencial, así lo afirma el profesor Koenke (2010); sin embargo, no se descartaba la crítica a la gestión del Presidente Chávez como parte de su estrategia. Por otra parte, se crean mensajes focalizados a segmentos específicos de la población tales como estudiantes, dirigentes sindicales, empresariales, entre otros.

ESTRUCTURAS FONOLÓGICAS		
ENTONACIÓN	INFOGRAFÍA	FRASE
Por ser una propaganda publicada en un medio impreso, carece de entonaciones, picos y volumen; sin embargo, las frases entre signos de exclamación representan para el lector oraciones llenas de fuerza en su contenido.	1 (3 variantes)	ESTE 26 ¡FÍJATE BIEN
	2 (3 variantes)	¡VOTA SOL!
	3	¡LUCHA con tu VOTO!

ESTRUCTURAS GRÁFICAS			
INFOGRAFÍA	ENCABEZADO	FUENTE EN NEGRITAS	FUENTE MÁS RESALTANTE
1 (3 variantes)	ESTE 26 ¡FÍJATE BIEN!	<ul style="list-style-type: none"> “Los circuitos nominales (candidatos con nombres y apellidos) pueden requerir 1,2 ó 3 votos”. 	<ul style="list-style-type: none"> ESTE 26 ¡FÍJATE BIEN! Vota por la UNIDAD en la tarjeta que tú quieras. Para vivir y progresar en paz.
2 (3 variantes)	EL CAMBIO... Está Llegando	<ul style="list-style-type: none"> EL CAMBIO...Está Llegando PROYECTO VENEZUELA Siempre te acompaña ¡VOTA SOL! Antonio Ecarri – Diputado 	<ul style="list-style-type: none"> EL CAMBIO...Está Llegando PROYECTO VENEZUELA Siempre te acompaña ¡VOTA SOL!
3	UNIDAD Y CAMBIO	<ul style="list-style-type: none"> UNIDAD Y CAMBIO STALIN GONZÁLEZ ¡LUCHA CON TU VOTO! ESTE 26 DE SEPTIEMBRE 	<ul style="list-style-type: none"> UNIDAD Y CAMBIO STALIN GONZÁLEZ ¡LUCHA CON TU VOTO!

ESTRUCTURAS MORFO - SINTÁCTICA

INFOGRAFÍA 1 (3 variantes)

(1 de 2)

ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)

- *Los circuitos nominales (candidatos con nombre y apellido) pueden requerir 1,2 ó 3 votos:* Oración simple que denota una idea principal y se le indica al receptor una indicación simple de cómo votar.
- *ESTE 26 ¡FÍJATE BIEN!:* oración imperativa que según su fuerza ilocutiva representa, un consejo o mandato dado a los electores.

CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	Los circuitos nominales (candidatos con nombre y apellido) pueden requerir 1,2 ó 3 votos	ESTE 26 ¡FÍJATE BIEN!
	Sujeto :	Los circuitos nominales	Tácito
	Verbos :	Pueden (presente)	Fíjate (presente)
	Predicado :	Pueden requerir 1, 2 ó 3 votos	Bien
	Sustantivos :	Candidatos	---
	Adjetivo :	1, 2, 3 (numeral cardinal)	26 (numeral cardinal)
	Cláusula:	(candidatos con nombre y apellido)	---
	Artículos :	Los (plural, determinado)	---
	Conjunción:	Y (copulativa), ó (disyuntiva)	---
	Adverbio:	---	Este (modo)

INFOGRAFÍA 1 (3 variantes) (2 de 2)			
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)			
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vota por la UNIDAD en la tarjeta que tú quieras:</i> Oración compuesta que denota una acción a realizar por los electores, sin embargo el sujeto está tácito de manera de no identificar a una persona o grupo sino a una población en general. • <i>Para vivir y progresar en paz:</i> Oración impersonal que denota el resultado de lo que ese partido quiere lograr. 			
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	Vota por la UNIDAD en la tarjeta que tú quieras	Para vivir y progresar en paz
	Sujeto :	Tácito	Tácito
	Verbos :	Vota (presente)	Vivir (presente), progresar (presente)
	Predicado :	Por la UNIDAD en la tarjeta que tú quieras	Vivir y progresar en paz
	Sustantivos :	UNIDAD, tarjeta	---
	Artículos :	La (determinado)	---
	Adjetivos :	---	Paz
	Pronombres :	Tú (personal)	---
	Conjunción :	---	Y (copulativa)
	Preposición:	En, por	Para, en

INFOGRAFÍA 2 (3 variantes)				
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)				
<ul style="list-style-type: none"> • EL CAMBIO... Está llegando: Oración compuesta que denota una acción posible que va a suceder. Se distingue la presencia de dos (2) verbos juntos, uno conjugado en presente y el segundo en infinitivo. Se hace uso de puntos suspensivos (entre cada oración) para dejar expectativas en el receptor; sin embargo, la segunda es consecuencia directa de la primera • ¡VOTA SOL!: oración mixta. Imperativa que según su fuerza ilocutiva representa, un consejo o mandato dado a los electores e impersonal por la ausencia de un predicado que desarrolle la acción. • Proyecto Venezuela Siempre te acompaña: Oración simple que denota una idea principal y se le indica al receptor un hecho probable. 				
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	EL CAMBIO... Está llegando	¡VOTA SOL!:	Proyecto Venezuela Siempre te acompaña
	Sujeto :	El cambio	Tácito	Proyecto Venezuela
	Verbos :	Está (presente), llegando (infinitivo)	Vota (presente)	Acompaña (presente)
	Predicado :	Está llegando	Vota sol	Siempre te acompaña
	Sustantivos :	---	sol	---
	Pronombre:	El (personal)		te
	Adverbio :			Siempre (tiempo)

INFOGRAFÍA 3				
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)				
<ul style="list-style-type: none"> • Unidad Y Cambio: Oración impersonal, la cual no posee ni sujeto ni predicado, compuesta por dos verbos que reflejan dos hechos que es lo que se quiere lograr. • Márcalas todas...: Oración impersonal que no posee sujeto, pero refleja un hecho sencillo dirigido a los receptores. • ¡LUCHA con tu VOTO!: Oración impersonal que no posee sujeto, pero refleja un hecho sencillo dirigido a los receptores. 				
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	Unidad Y Cambio	Márcalas todas...	¡LUCHA con tu VOTO!
	Sujeto :	Tácito	Tácito	Tácito
	Verbos :	---	Márcalas (presente)	Lucha (presente)
	Predicado :	Unidad y cambio	Márcalas todas	¡Lucha con tu VOTO!
	Sustantivos :	Unidad, cambio	---	---
	Conjunción :	Y (copulativa)	---	---
	Adjetivos :	---	Todas (indefinido)	---
	Pronombre:	---		Tu
	Preposición :	---	---	con

ESTRUCTURAS SEMÁNTICAS *

(Los significados fueron extraídos del Diccionario de La Real Academia Española.)

INFOGRAFÍA 1 (3 variantes)			(1 de 3)
Palabra	1.1.- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Fijate	Mirar con atención algún objeto, persona, animal. Acción de concentrarse con la mirada.		Del verbo Fijar. (1) Determinar, limitar, precisar, designar de un modo cierto. (2) Poner o aplicar intensamente.
Bien	Estado perfecto de una situación u objeto.		Aquello que en sí mismo tiene el complemento de la perfección en su propio género, o lo que es objeto de la voluntad, la cual ni se mueve ni puede moverse sino por el bien, sea verdadero o aprehendido falsamente como tal. (2) Según se apetece o requiere, felizmente, de manera propia o adecuada para algún fin. (3) Sin inconveniente o dificultad.
Vota	Acción realizada para elegir a un candidato en representación de un Estado, País o Región. Aplica también para cualquier ente que requiera elegir un presidente o representante.		Del verbo Votar . (1) Dicho de una persona: Dar su voto o decir su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas. (2) Aprobar por votación.
Unidad	Efecto de conjunción y armonía entre varias partes.		(1) Propiedad de todo ser, en virtud de la cual no puede dividirse sin que su esencia se destruya o altere. (2) Singularidad en número o calidad. (3) Unión o conformidad.
Tarjeta	Forma rectangular de material sólido en el que se muestra la identificación de una institución o persona.		(1) Pieza rectangular, de cartulina o de otro material, que lleva algo impreso o escrito. (2) Membrete de los mapas y cartas. (3) Adorno plano y oblongo que se figura sobrepuesto a un miembro arquitectónico, y que lleva por lo común inscripciones, empresas o emblemas.

INFOGRAFÍA 1 (3 variantes) (2 de 3)		
Palabra	1. 1.- SIGNIFICANTE	/ SIGNIFICADO
Tú	Pronombre posesivo que da una orden o fuerza en su locución.	(1) Pronombre Personal. (2) Formas de nominativo y vocativo de 2da. Persona singular en masculino y femenino. (3) Tuteándose.
Vivir	Acción de vida. Respiración, salud, felicidad.	(1) Tener vida. (2) Durar con vida. (3) Pasar y mantener la vida. (4) Habitar o morar en un lugar o país. (5) Obrar siguiendo algún tenor o modo en las acciones, en cuanto miran a la razón o a la ley. (6) Acomodarse a las circunstancias o aprovecharlas para lograr sus propias conveniencias. (7) Estar presente en la memoria, en la voluntad o en la consideración.
Progresar	Acción de salir adelante en la lucha por algún objetivo. Ser constante.	Avanzar, mejorar, hacer adelantos en determinada materia.
Paz	Plenitud.	(1) Situación y relación mutua de quienes no están en guerra. (2) Pública tranquilidad y quietud de los Estados, en contraposición a la guerra o a la turbulencia. (3) Tratado o convenio que se concuerda entre los gobernantes para poner fin a una guerra. (4) Sosiego y buena correspondencia de unas personas con otras, especialmente en las familias, en contraposición a las disensiones, riñas y pleitos. (5) Reconciliación, vuelta a la amistad o a la concordia. (6) Virtud que pone en el ánimo tranquilidad y sosiego, opuestos a la turbación y las pasiones. (7) Genio pacífico, sosegado y apacible.
Circuitos	Circunferencia.	(1) Terreno comprendido dentro de un perímetro cualquiera. (2) Bojeo o contorno. (3) Trayecto en curva cerrada, previamente fijado para carreras de automóviles, motocicletas, bicicletas. (4) Recorrido previamente fijado que suele terminar en el punto de partida.

INFOGRAFÍA 1 (3 variantes) (3 de 3)		
Palabra	1. 1.- SIGNIFICANTE	/ SIGNIFICADO
Nominales	Que proviene o hace referencia a un nombre.	Singular de Nominal : (1) Perteneciente o relativo al nombre. (2) Que tiene nombre de algo y le falta la realidad de ello en todo o en parte. (3) En los Parlamentos o corporaciones, votación que se hace dando cada votante su nombre.
Requerir	Acción de pedir o solicitar algo dependiendo de una necesidad.	(1) Intimar, avisar o hacer saber algo con autoridad pública. (2) Reconocer o examinar el estado en que se halla algo. (3) Dicho de una persona: Solicitar, pretender, explicar su deseo o pasión amorosa. (4) Necesitar.
Partidos	Grupo de personas que persiguen una misma ideología política, la misma posee un dirigente que mantiene unida a la masa; su fin es captar más votantes para ganar las elecciones.	(1) Conjunto o agregado de personas que siguen y defienden una misma opinión o causa. (2) Distrito o territorio de una jurisdicción o administración que tiene por cabeza un pueblo principal.
Políticos	Dirigentes y miembros de un grupo o doctrina.	(1) Perteneciente o relativo a la doctrina política. (2) Perteneciente o relativo a la actividad política. (5) Dicho de una persona: Que interviene en las cosas del gobierno y negocios del Estado. (8) Actividad de quienes rigen o aspiran a regir los asuntos públicos.
Nacionales	Que pertenece a la nación o país.	Plural de Nacional : (1) Perteneciente o relativo a una nación. (2) Natural de una nación, en contraposición a extranjero.

1.2.- MACRO ESTRUCTURA	
Oración	Significado
Este 26 ¡Fíjate Bien!	<p>Oración que según su significación detallada implica una recomendación hecha por parte del partido a los electores.</p> <p>La primera parte de la oración identifica la fecha a realizarse las elecciones. La segunda frase infiere que el elector debe determinar, limitar, precisar, designar de un modo cierto, sin inconveniente o dificultad, la elección que va a tomar a la hora de elegir el candidato.</p>
Los circuitos nominales (candidatos con nombres y apellidos) pueden requerir 1,2 ó 3 votos	<p>Oración que infiere una aclaratoria por parte del partido, para facilitar a los electores el entendimiento de la tarjeta de votación.</p> <p>La oración refiere a un circuito nominal, entendiéndose como el recorrido fijado por un grupo, en este caso el partido, que suele terminar en el mismo punto de inicio y, que la finalidad de ellos, dentro de parlamentos o corporaciones es realizar las votaciones colocando cada uno sus nombres y apellidos. Entre paréntesis se explica el significado resumido de “circuito nominal” y seguido de esto, la acción expuesta. En este caso esos candidatos pueden necesitar uno o varios votos.</p>
Vota por la UNIDAD en la tarjeta que tú quieras.	<p>Oración que refiere la acción que debe realizar el elector.</p> <p>La misma indica al votante, tuteándolo, que debe dar su voto en una elección de personas. Eligiendo el nombre del partido al que se le hace propaganda (UNIDAD), entendiéndose la misma como la propiedad de todo ser, en virtud de la cual no puede dividirse sin que su esencia se destruya o altere. El dicho voto debe realizarse en una pieza rectangular, de cartulina o de otro material, que lleva los nombres de los candidatos impreso o escrito.</p>
Para vivir y progresar en paz.	<p>Oración que infiere lo que el partido quiere lograr.</p> <p>La misma expresa el sentimiento de tener y durar con vida. En otras palabras, el partido expresa que el pueblo puede acomodarse a las circunstancias o aprovecharlas para lograr sus propias conveniencias; así como avanzar, mejorar o hacer adelantos en determinada materia, y en consecuencia tener la virtud de poseer tranquilidad y sosiego, opuestos a la turbación y las pasiones.</p>

1.3.- TÓPICO

El contenido de la propaganda identifica la fecha a realizarse las elecciones. La segunda frase infiere que el elector debe determinar, limitar, precisar, designar de un modo cierto, sin inconveniente o dificultad, la elección que va a tomar a la hora de elegir el candidato.

Por su parte, indica al votante, tuteándolo, que debe dar su voto en una elección de personas. Eligiendo el nombre del partido al que se le hace propaganda (UNIDAD), entendiéndose la misma como la propiedad de todo ser, en virtud de la cual no puede dividirse sin que su esencia se destruya o altere. El dicho voto debe realizarse en una pieza rectangular, de cartulina o de otro material, que lleva los nombres de los candidatos impreso o escrito.

Explicando a su vez el significado de circuito nominal, entendiéndose como el recorrido fijado por un grupo, en este caso el partido, que suele terminar en el mismo punto de inicio y, que la finalidad de ellos, dentro de parlamentos o corporaciones es realizar las votaciones colocando cada uno sus nombres y apellidos

INFOGRAFÍA 2 (3 variantes) (1 de 2)		
Palabra	2.1- SIGNIFICANTE	SIGNIFICADO
Cambio	Dejar un objeto, animal, persona o situación por una considerada mejor. Revertir algo.	Del verbo Cambiar : (1) Dejar una cosa o situación para tomar otra. (2) Convertir o mudar algo en otra cosa, frecuentemente su contraria. (3) Dar o tomar algo por otra cosa que se considera del mismo o análogo valor. (4) Dirigirse recíprocamente gestos, ideas, miradas, sonrisas.
Llegando	Lograr una meta, alcanzar un sitio en tiempo y espacio.	Del verbo Llegar : (1) Alcanzar el fin o término de un desplazamiento. (2) Durar hasta época o tiempo determinados. (3) Alcanzar una situación, una categoría, un grado. (4) Alcanzar o producir una determinada acción. (5) Ir a un sitio determinado que esté cercano.
Proyecto	Primera muestra de un trabajo o plan que se quiera presentar. Esquema o boceto.	(1) Planta y disposición que se forma para la realización de un tratado, o para la ejecución de algo de importancia. (2) Designio o pensamiento de ejecutar algo. (3) Primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle la forma definitiva.
Venezuela	País del Norte del Sur del continente Americano.	País de Latinoamérica que comparte fronteras con Ecuador, Colombia, Brasil y Guyana. Dividido en nueve regiones.
Vota	Acción realizada para elegir a un candidato en representación de un Estado, País o Región. Aplica también para cualquier ente que requiera elegir un presidente o representante.	Del verbo Votar . (1) Dicho de una persona: Dar su voto o decir su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas. (2) Aprobar por votación.
Sol	Mayor estrella de este universo que emite fuertes ondas luminosas y de energía a los planetas de la galaxia.	(1) Estrella luminosa, centro de nuestro sistema planetario. (2) Luz, calor o influjo de este astro. (3) Usado para explicar el anhelo y adulación con que sigue alguien a quien empieza a ser poderoso o espera que lo será pronto.

INFOGRAFÍA 2 (3 variantes) (2 de 2)		
Palabra	2.1- SIGNIFICANTE	SIGNIFICADO
Siempre	Que perdurará en el tiempo, sin fin.	(1) En todo o en cualquier tiempo. (2) En todo caso o cuando menos. (3) Por todo tiempo o por tiempo indefinido.
Acompaña	Estar junto a alguien o a algo con un fin o propósito.	Del verbo Acompañar : (1) Estar o ir en compañía de otra u otras personas. (2) Juntar o agregar algo a otra cosa. (3) Participar en los sentimientos de alguien.

2.2.- MACRO ESTRUCTURA	
Oración	Significado
EL CAMBIO... Está Llegando	Oración que expresa una situación que el partido afirma va a suceder. La primera parte de la oración deja un espacio a la duda para el receptor. Infiere “el cambio” como expectativa, donde se define para el elector como que dejará una cosa o situación para tomar otra y que este cambio, está alcanzando el momento.
¡VOTA SOL!	Oración imperativa que define un orden expresada por el partido a los electores. La misma especifica que el ciudadano debe dar su voto en una elección de personas, en este caso por el nombre del partido (SOL) la cual se define como una estrella luminosa, centro de nuestro sistema planetario. O en otro orden de ideas, explica el anhelo y adulación con que se sigue alguien y que empieza a ser poderoso o espera que lo será pronto.
Proyecto Venezuela	Nombre del partido dentro de la campaña. Definido en partes como: el primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle la forma definitiva, en este caso denominado Venezuela entendiéndose como el país Latinoamericano.
Siempre te acompaña	Oración que infiere que la acción del partido para con los electores. Definiéndose como que está con el pueblo por tiempo indefinido en compañía de otra u otras personas, llegando a participar en los sentimientos de la población.

2.3.- TÓPICO

La finalidad de la presente propaganda es dejar un espacio a la duda para el receptor. Infiere “el cambio” como expectativa, donde se define para el elector como que dejará una cosa o situación para tomar otra y que este cambio, está alcanzando el momento.

La misma especifica que el ciudadano debe dar su voto en una elección de personas, en este caso por el nombre del partido (SOL) la cual se define como una estrella luminosa, centro de nuestro sistema planetario. O en otro orden de ideas, explica el anhelo y adulación con que se sigue alguien y que empieza a ser poderoso o espera que lo será pronto.

INFOGRAFÍA 3		
Palabra	3.1- SIGNIFICANTE	/ SIGNIFICADO
Unidad	Efecto de conjunción y armonía entre varias partes.	(1) Propiedad de todo ser, en virtud de la cual no puede dividirse sin que su esencia se destruya o altere. (2) Singularidad en número o calidad. (3) Unión o conformidad.
Cambio	Dejar un objeto, animal, persona o situación por una considerada mejor. Revertir algo.	(1) Acción y efecto de Cambiar. (2) Dejar una cosa o situación para tomar otra. (3) Convertir o mudar algo en otra cosa, frecuentemente su contraria. (4) Dar o tomar algo por otra cosa que se considera del mismo o análogo valor. (5) Dirigirse recíprocamente gestos, ideas, miradas, sonrisas.
Márcalas	Verbo que indica la acción de fijar o elegir algo o a alguien en una tarjeta o superficie escrita.	Del verbo Marcar : (1) Señalar con signos distintivos. (2) Actuar sobre alguien o algo imponiéndole carácter o dejándole huella moral. Calificar, en general peyorativamente. (3) Señalar la situación o dirección de lo que se busca.
Lucha	Pelea, enfrentamiento entre dos o más personas que puede llegar a la muerte.	(2) Combate, contienda, disputa. Usado también en sentido figurado. (3) Oposición, rivalidad u hostilidad entre contrarios que tratan de imponerse el uno al otro. (4) Esfuerzo que se hace para resistir a una fuerza hostil o a una tentación, para subsistir o para alcanzar algún objetivo.
Voto	Decisión secreta que realizan los electores para elegir a un candidato de preferencia.	(1) Expresión pública o secreta de una preferencia ante una opción. (2) Gesto, papeleta u otro objeto con que se expresa tal preferencia.
Caracas	Ciudad capital de Venezuela.	Cacao procedente de la costa de Caracas, en Venezuela.

3.2.- MACRO ESTRUCTURA	
Oración	Significado
Unidad y Cambio	Oración que expresa lo que este partido le va a conceder al pueblo si gana. Definida en su primer término como la propiedad de todo ser, en virtud de la cual no puede dividirse sin que su esencia se destruya o altere, en este caso, podría ser el pueblo o el partido. Y por otro lado, se expresa que se dejará una cosa o situación para tomar otra.
Márcalas todas...	Oración donde se le dice al elector lo que debe hacer, dejando un suspenso abierto. Se define como que se debe señalar algo con signos distintivos o, en otro orden de ideas, actuar sobre alguien imponiéndole carácter o dejándole huella moral.
¡Lucha con tu VOTO!	Oración que expresa una exclamación directa, recibida como orden, dada a los electores por parte del partido político. Se define como una pelea o combate que debe hacerse a través, de la expresión pública o secreta de una preferencia ante una opción.

3.3.- TÓPICO
<p>El contenido de esta propaganda infiere en su primer término como la propiedad de todo ser, en virtud de la cual no puede dividirse sin que su esencia se destruya o altere, en este caso, podría ser el pueblo o el partido. Y por otro lado, se expresa que se dejará una cosa o situación para tomar otra.</p> <p>Es por esto que de forma imperativa se le dice al elector pelee o combata a través, de la expresión pública o secreta de una preferencia ante una opción.</p>

ESTILO LÉXICO			
PALABRAS DE OPINIÓN Positivas Vs. Negativas	INFOGRAFÍA	POSITIVAS	NEGATIVAS
	1 (3 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • Para vivir y progresar en paz. • VOTA por la UNIDAD en la tarjeta que tú quieras 	---
	2 (3 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • EL CAMBIO... Está Llegando. • Proyecto Venezuela Siempre te acompaña 	---
	3	<ul style="list-style-type: none"> • UNIDAD Y CAMBIO 	<ul style="list-style-type: none"> • ¡LUCHA con tu VOTO!

ESTRUCTURA RETÓRICA	
INFOGRAFÍA	FRASE
1 (3 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • VOTA por la UNIDAD en la tarjeta que tú quieras (Metonimia)
2 (3 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • ¡VOTA SOL! (Metonimia)
3	<ul style="list-style-type: none"> • ¡LUCHA con tu VOTO! (Metonimia)

ESQUEMAS O SUPERESTRUCTURAS			
INFOGRAFÍA	ENCABEZADOS	ARGUMENTACIÓN	CONCLUSIÓN
1 (3 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • ESTE 26 ¡FÍJATE BIEN! • Los circuitos nominales (candidatos con nombre y apellido) pueden requerir 1,2 ó 3 votos 	<ul style="list-style-type: none"> • Vota por la UNIDAD en la tarjeta que tú quieras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Para vivir y progresar en paz
2 (3 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • EL CAMBIO... Está llegando 	---	<ul style="list-style-type: none"> • PROYECTO VENEZUELA. • Siempre te acompaña.
3	<ul style="list-style-type: none"> • UNIDAD Y CAMBIO • Márcalas todas 	---	<ul style="list-style-type: none"> • ¡LUCHA con tu VOTO!

ESTRUCTURAS INTERACTIVAS	
INFOGRAFÍA	COMUNICACIÓN GESTUAL
1 (3 variantes)	---
2 (3 variantes)	<p>Imágenes centrales de la campaña:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dirigente de camisa amarilla de lado derecho de la propaganda: imagen de medio cuerpo, sonrisa marcada en el rostro del hombre, cuerpo erguido, mano derecha extendida a 45 grados con dirección a la izquierda. Dedos extendidos. 2. En los recuadros dispuestos en la parte inferior izquierda se presencian imágenes de otros candidatos del partido; los tres vistiendo camisas blancas. En uno de los recuadros se aprecian dos hombres abrazados por sus hombros, y en el otro una mujer. En los dos casos los rostros de los dirigentes muestran una sonrisa marcada. 3. En la tercera muestra de la propaganda se aprecian de lado derecho e izquierdo, sin recuadros, fotografía tipo carnet (sólo rostro), de los dirigentes vistiendo camisa blanca. Sus rostros muestran sobriedad, en este caso no manifiestan sonrisas en sus caras.
3	Dirigente del partido vestido con camisa azul. La fotografía sólo muestra su rostro, la cual tiene una risa marcada.

INFOGRAFÍAS OFICIALISMO

Infografía 1

- Fondo de la propaganda: concentración de gente celebrando, alegría en sus rostros.
- Tonalidad color azul.
- Nube de pensamiento color blanca.
- Texto de la nube en fuente color rojo y mayúscula sostenida.
- Estrella color rojo identifica al partido.

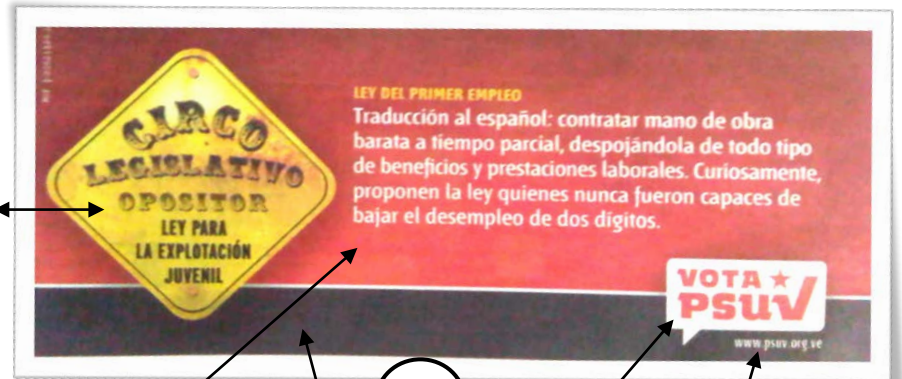


- Imagen del Presidente de la República.
- Vestimenta: camisa de botones color rojo, franela por debajo color rojo. Boina en su cabeza, color rojo.
- Mano izquierda extendida en dirección hacia arriba.
- Sonrisa en el rostro.
- Cintillo en la parte inferior de la imagen en color rojo.
- Contenido del cintillo: fuente en color blanco.
- Primera frase con mayúscula sostenida y negritas.
- Segunda frase con mayúscula sostenida, fuente más pequeña.
- Última frase: palabras coloquiales, que engloban una exclamación.

Infografía 2

(Campaña Propagandística con 5 variantes)

- Cartel de precaución color amarillo, semejante al dorado, brillante, con borde negro.
- Primera frase: nombre de la campaña, fuente con tono negro degradado. Mayúscula sostenida.
- Segunda frase: Subtítulo de la campaña, mayúscula sostenida, fuente en color negro.



- Fondo de la propaganda color rojo.
- Contenido: texto de 5 líneas, donde describe una posible ley.
- Título: fuente color amarillo. Mayúscula sostenida.
- Descripción: fuente color blanca.

- Cintillo color negro, pie de página de la propaganda.

- Nube de pensamiento color blanca.
- Texto de la nube en fuente color rojo y mayúscula sostenida.

- Página de referencia del partido de la campaña.



2



3



4



5

Infografía 3

- Fondo de la propaganda de color negro.
 - A semeja una página de una revista o libro.
 - Título de la propaganda.
 - Fuente de color blanco y en negrita, letra en mayúscula sostenida.
-
- Contenido de la propaganda.
 - 3 frases descriptivas.
 - Fuente en color amarillo, mayúscula sostenida. Resaltante sobre el fondo negro.
 - Frase interrogativa de cierre
 - Fuente en color blanco, mayúscula sostenida.
 - Cintillo en la parte inferior de la imagen en color rojo.
 - Contenido del cintillo: fuente en color blanco.
 - Primera frase con mayúscula sostenida y negritas.
 - Segunda frase con mayúscula sostenida, fuente más pequeña.
 - Última frase: palabras coloquiales, que engloban una exclamación.
 - Nube de pensamiento color blanca.
 - Texto de la nube en fuente color rojo y mayúscula sostenida.
 - Estrella color rojo identifica al partido.
 - Página de referencia del partido de la campaña.

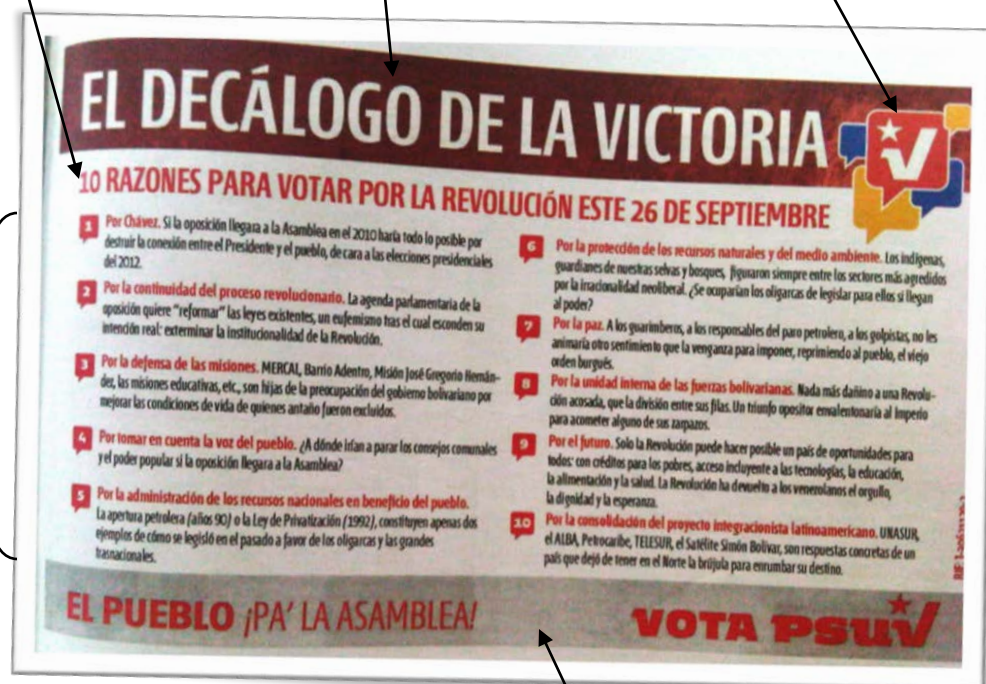
Infografía 4

- Oración compuesta de dos partes:
- Primera parte fuente en mayúscula sostenida y negritas.
- Segunda parte, palabras coloquiales, que engloban una exclamación. Fuente en color blanco, sin negritas y mayúscula sostenida.
- Oración exclamativa, fuente en color blanco, primera frase con mayúscula sostenida.
- Parte superior de la propaganda. Color rojo.
- Ocupa la primera cuarta parte de la composición.
- Forma un globo de pensamiento.
- 20 globos de pensamientos, compuestos por rostros de personas sonrientes.
- Los colores varían entre violetas, rojos, verdes y colores originales del rostro.
- Los tamaños de los globos varían.
- 5 globos de pensamientos, compuestos por los colores de la bandera de Venezuela (Amarillo, azul y rojo).
- Globo central, de mayor tamaño, color rojo, contiene el símbolo identificativo del partido.
- Contenido del cuadrante inferior de la propaganda:
- Primera frase slogan del partido en fuente color rojo, mayúscula sostenida.
- Segunda frase, oración descriptiva, fuente color negro, mayúscula sostenida.
- Franja inferior de la propaganda de color gris.
- Sombras de globos de pensamiento en su composición.



Infografía 5

- Franja superior de la campaña color rojo – vinotinto.
- Contenido de la franja: Título de la propaganda en fuente color blanco, mayúscula sostenida y tamaño grande.
- 5 globos de pensamientos, compuestos por los colores de la bandera de Venezuela (Amarillo, azul y rojo).
- Globo central, de mayor tamaño, color rojo, contiene el símbolo identificativo del partido.
- Subtítulo de la propaganda, fuente color rojo. Mayúscula sostenida.



- Lista expositiva enumerada.
- Cada número está contenido en un globo de pensamiento de color rojo, el color del número es blanco.
- Primera parte de cada oración, fuente en color rojo. Resto de la oración, fuente de color negro.
- Franja inferior de la campaña de color gris.
- Primera oración fuente de color rojo, mayúscula sostenida y negrita. Segunda parte, palabras coloquiales, que engloban una exclamación. Fuente en color blanco, sin negritas y mayúscula sostenida.
- Segunda oración: slogan del partido, fuente en color rojo.

Infografía 6

(Campaña Propagandística con 3 variantes)

- 6 globos de pensamientos, compuestos por los colores de la bandera de Venezuela (Amarillo, azul y rojo) y uno más de color blanco.
- Globo central, de mayor tamaño, color rojo, contiene el símbolo identificativo del partido más el nombre de la campaña, en fuente color blanco.



- Propaganda compuesta por una fotografía de los 9 candidatos para ese circuito.
- Todos visten camisas color rojo.
- Sonrisas en sus rostros.
- Algunos abrazados con otros.
- Fondo de la propaganda de color azul.
- Cintillo en la parte inferior de la propaganda, color blanco.
- Contenido del cintillo: nombres de los 9 candidatos arriba mostrados.
- Fuente en color rojo.



- Propaganda compuesta por una fotografía de los 12 candidatos para ese circuito.
- Todos visten camisas color rojo.
- Sonrisas en sus rostros.



- Propaganda compuesta por una fotografía de los 15 candidatos para ese circuito.
- Todos visten camisas color rojo.
- Sonrisas en sus rostros.

Infografía 7

- Franja superior de la campaña color rojo. Globo de pensamiento.
- Contenido de la franja: Título de la propaganda en fuente color blanco, mayúscula sostenida y tamaño grande.
- Palabras coloquiales, que engloban una exclamación. Fuente en color blanco, mayúscula sostenida.



- Fondo de la propaganda en color verde oliva.
- Silueta del continente americano, se mezcla con la primera franja de color rojo.
- Fotografía de 12 candidatos del partido.
- Vestimentas variadas entre colores blanco y rojo.
- Sonrisas en los rostros.
- Cuerpos erguidos.
- 3 globos de pensamientos, compuestos por los colores blanco, azul y amarillo.
- Globo blanco contiene el slogan del partido, fuente color rojo.
- Globo azul nombre del grupo al que se hace referencia en la propaganda.

Infografía 8

- Cintillo en la parte superior de la imagen en color rojo.
- Contenido del cintillo: fuente en color blanco.
- Primera frase con mayúscula sostenida y negritas.
- Segunda frase, slogan del partido, con mayúscula sostenida, fuente más grande.
- Debajo de las siglas del partido, definición de las mismas.

- División de la propaganda en 3 cuadrantes que muestran concentraciones del pueblo.
- Resalta el color rojo en la vestimenta.

- Propaganda compuesta, en una de sus partes, por una fotografía de los 6 candidatos para ese circuito.
- Todos visten camisas color rojo.
- Sonrisas en sus rostros.

- Cintillo inferior de la propaganda, color rojo.
- Contenido fuente en color blanco, símbolo con el nombre del partido, incluyendo el estado que representan.
- Palabras coloquiales, que engloban una exclamación. Fuente en color blanco, mayúscula sostenida.



- Imágenes descriptivas de los circuitos para enseñar al elector.
- Colores rojo y blanco representado con los nombres de los diferentes candidatos.

Infografía 9

- División de la propaganda en 2 cuadrantes superiores que muestran concentraciones del pueblo.
 - Resalta el color rojo en la vestimenta.
 - Puños de la mano levantadas hacia arriba.
 - Alegría en sus rostros.
 - Pie de foto descriptivo debajo de cada fotografía.
 - Cintillo en la parte superior de la imagen en color rojo.
 - Contenido del cintillo: fuente en color blanco, mayúscula sostenida.
 - Frase descriptiva del evento acontecido.
-
- MÁS DE 20 MIL PERSONAS EN ARRANQUE DE CAMPAÑA DEL PSUV BOULEVARD DE BARCELONA. DÍA MIÉRCOLES 25 DE AGOSTO
 - MULTITUDINARIA MAREA ROJA RECIBIÓ AL PRESIDENTE DEL PSUV Y LÍDER DE LA REVOLUCIÓN BOLIVARIANA HUGO CHÁVEZ EN LA ZONA SUR. CARAVANA EN EL TIGRITO Y EL TIGRE. DÍA SÁBADO 28 DE AGOSTO
 - 20 MIL PERSONAS EN ARRANQUE DE CAMPAÑA DEL PSUV BOULEVARD DE BARCELONA. DÍA MIÉRCOLES 25 DE AGOSTO
 - MULTITUDINARIA MAREA ROJA RECIBIÓ AL PRESIDENTE DEL PSUV Y LÍDER DE LA REVOLUCIÓN BOLIVARIANA HUGO CHÁVEZ EN LA ZONA SUR. CARAVANA EN EL TIGRITO Y EL TIGRE. DÍA SÁBADO 28 DE AGOSTO
 - Texto en fuente color rojo, sombreado, letra grande, mayúscula sostenida.
 - División de la propaganda en 3 cuadrantes inferiores que muestran concentraciones del pueblo.
 - Resalta el color rojo en la vestimenta.
 - Puños de la mano levantadas hacia arriba.
 - Alegría en sus rostros.
 - En las 3 fotografías se aprecia pancartas con mensajes.
 - CINTILLO INFERIOR DE LA PROPAGANDA, COLOR ROJO.
 - CONTENIDO FUENTE EN COLOR BLANCO, SÍMBOLO CON EL NOMBRE DEL PARTIDO, INCLUYENDO EL ESTADO QUE REPRESENTAN.
 - SLOGAN DEL PARTIDO.
 - PSUV DESPLEGÓ MÁS DE 12 MIL PERSONAS EN MARCHA EN ANACO. DÍA MARTES 31 DE AGOSTO
 - 15 MIL PERSONAS EN MULTITUDINARIA CAMINATA EN EL TIGRE. DÍA VIERNES 20 DE AGOSTO
 - UNAS 15 MIL PERSONAS RECORRIERON 6 KILOMETROS EN PUERTO LA CRUZ. DÍA SÁBADO 21 DE AGOSTO
 - Pie de foto descriptivo debajo de cada fotografía.

Infografía 10

(Campana Propagandística con 6 variantes)

1/2

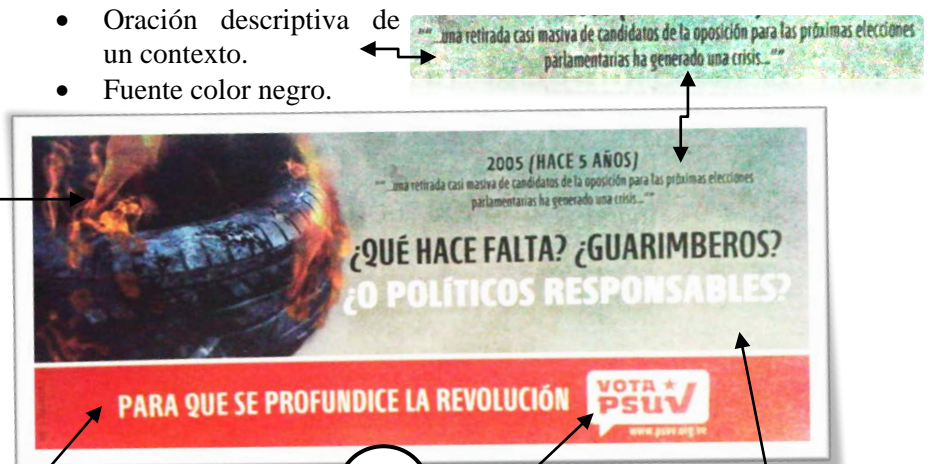
- Oración descriptiva de un contexto.
- Fuente color negro.
- Imagen de un caucho en llamas.
- Cintillo inferior de la propaganda, color rojo.
- Contenido fuente en color blanco, mayúscula sostenida.
- Oración de reflexión.
- Fotografía de una persona cargando algo sobre su lomo.
- Al fondo calles sucias.
- Nube de pensamiento color blanca.
- Texto de la nube en fuente color rojo y mayúscula sostenida.
- Estrella color rojo identifica al partido.
- Imagen de una libreta de un banco de Venezuela.
- Fondo de la propaganda color turquesa degradado.
- Contenido de la propaganda dividida en 2 partes:
 - Primera parte, 2 interrogantes, fuente color negro, mayúscula sostenida.
 - Segunda parte, pregunta, fuente color blanco, mayúscula sostenida.



2



3



1

Infografía 11
(Campana Propagandística con 6 variantes)

2/2

- Fotografía de una personalidad de Venezuela.



4



5

- Imagen de una bomba lacrimógena.

- Imagen de un vidrio partido.



6

Infografía 12

(Campaña Propagandística con 3 variantes)

- Cintillo en la parte superior de la imagen en color rojo.
- Contenido del cintillo: fuente en color blanco.
- Globo de pensamiento con slogan del partido, con mayúscula sostenida, fuente más grande.



1

- Propaganda de tipo caricatura.
- 4 cuadros que cuentan una historia.
- Se reconocen los colores gris, verde, blanco, azul, amarillo y tonalidades de marrón.
- Los protagonistas son un diablito, un líder y el pueblo concentrado.
- El diálogo se representa a través de nubes de pensamiento.



2



3

Infografía 13

- Franja superior de la campaña color rojo. Globo de pensamiento.
- Contenido de la franja: Título de la propaganda en fuente color blanco, mayúscula sostenida y tamaño grande.
- Palabras coloquiales, que engloban una exclamación. Fuente en color blanco, mayúscula sostenida.

- Fondo de la propaganda en color verde oliva.
- Silueta del continente americano, se mezcla con la primera franja de color rojo. Ubicado en la parte lateral izquierda de la página.
- El contenido es un texto de 8 párrafos, al estilo de una carta.
- Fuente color negro.



- 3 globos de pensamientos, compuestos por los colores blanco, azul y amarillo.
- Globo blanco contiene el slogan del partido, fuente color rojo.
- Globo azul nombre del grupo al que se hace referencia en la propaganda.
- Página de referencia del partido de la campaña.

Infografía 14 (Campaña Propagandística con 3 variantes)

- Título de la campaña, fuente color negro, mayúscula sostenida.
- Fondo de la propaganda color violeta con sombras de nubes de pensamiento.
- Enumeración con cuadrados de los puntos que contiene la ley nombrada.
- Fuente color negro.

- Cintillo inferior de la propaganda, color rojo.
- Contenido fuente en color blanco, mayúscula sostenida.
- Oración de reflexión.

1

- Imagen de mujer trabajando con máquina de coser.

- Nube de pensamiento color blanca.
- Texto de la nube en fuente color rojo y mayúscula sostenida.
- Estrella color rojo identifica al partido.

- Imagen de hombre trabajando en la pesca.

2

- Imagen de hombre levantando la cosecha.

3

Infografía 15

- 4 globos de pensamientos, compuestos por los colores de la bandera de Venezuela (Amarillo, azul y rojo).
- Globo central, de mayor tamaño, color rojo, contiene el símbolo identificativo del partido, más una oración tipo slogan.
- Cintillo superior de la propaganda, color rojo.
- Contenido compuesto por 2 oraciones. Fuente color blanco. Mayúscula sostenida.
- Primera oración: exclamación de cómo se debería votar.
- Segunda oración indicativa.

- Simulación de las boletas de votación.
- Se muestran dos tipos de boletas.
- Texto, color blanco, que contiene la identificación de cada una.
- Representación gráfica de cómo se debe votar.
- Colores rojo y blanco.
- Texto, color blanco, que contiene la descripción de la imagen.
- Imagen difuminada de otro paso a seguir para votar correctamente.
- Texto, color blanco, explicativo de ese último paso.



- Frase de cierre de la campaña.
- Fuente color blanco, mayúscula sostenida.

- Nube de pensamiento color blanca.
- Texto de la nube en fuente color rojo y mayúscula sostenida.
- Estrella color rojo identifica al partido.

Infografía 16

(Campaña Propagandística con 2 variantes)

1/2

- Imagen del Presidente de la República.
- Vestimenta: camisa de botones color rojo, franela por debajo color rojo. Boina en su cabeza, color rojo.
- Mano izquierda extendida en dirección hacia arriba.
- Sonrisa en el rostro.
- Cintillo en la parte inferior de la imagen en color rojo.
- Contenido del cintillo: Primera frase, fuente en color blanco, mayúscula sostenida y negritas.
- Nube de pensamiento color blanca.
- Texto de la nube en fuente color rojo y mayúscula sostenida.
- Estrella color rojo identifica al partido.
- 4 globos de pensamientos, compuestos por los colores de la bandera de Venezuela (Amarillo, azul y rojo).
- Globo central, de mayor tamaño, color rojo, contiene el símbolo identificativo del partido, más una oración tipo slogan. Fuente color blanco.
- Fondo de la propaganda: concentración de gente celebrando, alegría en sus rostros.
- Tonalidad color amarillo.
- Contenido del primer cuadrante de la propaganda, fuente color blanco.
- Expresión exclamativa.



- Parte inferior de la propaganda dividida en 2 cuadros: izquierda color rojo, derecha color azul.
- Los dos cuadros contienen la representación de las boletas de votación, resaltando el cuadro donde se encuentra el partido resaltando para esta campaña.

Infografía 17
(Campaña Propagandística con 2 variantes)

2/2

- Fondo de la propaganda: concentración de gente celebrando, alegría en sus rostros.
- Tonalidad color verde.
- Nube de pensamiento color blanca.
- Texto de la nube en fuente color rojo y mayúscula sostenida.
- Estrella color rojo identifica al partido.



2

Infografía 18

- Imagen representativa del cuadro por el que sugiere votar en la boleta electoral.
- Texto superior de la propaganda, fuente color blanco, tamaño grande, borde negro.
- Última palabra del texto, nombre del partido, fuente color rojo.
- Segundo texto de la propaganda, fuente color blanco, tamaño grande, borde negro.
- Última frase del contenido, expresión exclamativa con palabras coloquiales.
- Imagen de fondo de la propaganda es representada por una concentración de personas, la mayoría vistiendo camisas y gorras color rojo.
- La imagen posee profundidad de campo
- De lado derecho, se ubica un texto de forma de pie de foto que refiere el evento que se celebró. Fuente color blanco.
- 5 globos de pensamientos, compuestos por los colores de la bandera de Venezuela (Amarillo, azul y rojo).
- Globo central, de mayor tamaño, color rojo, contiene el símbolo identificativo del partido.
- Texto ubicado en la parte inferior de la campaña. Fuente en color blanco.
- Primera frase, oración exclamativa.
- Segunda frase, hace referencia al estado de Venezuela donde se ubican o a donde quieren llegar.



Infografía 19

- 4 globos de pensamientos, compuestos por los colores de la bandera de Venezuela (Amarillo, azul y rojo).
- Globo central, de mayor tamaño, color rojo, contiene el símbolo identificativo del partido, más una oración que identifica a quien va dirigida. Fuente color blanco.



- Imagen del Presidente de la República.
- Vestimenta: camisa de botones color rojo, franela por debajo color rojo.
- Mano derecha abierta a nivel de su rostro.
- Media sonrisa en su rostro.
- Fondo de la propaganda color gris con sombras.
- Texto en el medio, referente a la fecha de las elecciones.
- Fuente color rojo, mayúscula sostenida.
- Cuadro blanco en la parte inferior derecha de la campaña.
- Contiene slogan del partido y símbolo del mismo.

PARTIDOS DEL OFICIALISMO

ESTRUCTURA DEL DISCURSO

**CONTEXTO
POLÍTICO-HISTÓRICO**

Desde principios del año 2010, el Partido Unido de Venezuela (PSUV) anunció la “Campaña Admirable” con la que competirían en las elecciones legislativas. Entre las estrategias de propaganda usadas por el Partido Unido de Venezuela (PSUV) dirigida por el Comando de Campaña Bolívar 200, estuvo la salida de 36 mil 306 patrullas (50 militantes por cada una) a la calle en busca de los votos de los indecisos, trabajando bajo el criterio del 1 por 10. Con este plan estratégico, se estimaba que cada patrullero ubicara a 10 nuevos electores y les informara sobre el proyecto del Presidente Hugo Chávez y así sumar un millón y medio más de electores a favor.

Según un estudio realizado por el profesor Herbert Koenek (2010) los partidos del oficialismo diseñaron un escenario de competencia electoral basado en la intimidación y la discriminación ante aquellos que no se mostraban públicamente a favor de sus candidatos, “las llamadas listas de Tascón y Maisanta, la utilización de máquinas capta huellas, el uso abusivo de medios de comunicación para promover las candidaturas, la desconfianza ante el directorio del CNE, entre otros”.

ESTRUCTURAS FONOLÓGICAS		
	INFOGRAFÍA	FRASE
<p align="center">ENTONACIÓN</p> <p>Por ser una propaganda publicada en un medio impreso, carece de entonaciones, picos y volumen; sin embargo, las frases entre signos de exclamación representan para el lector oraciones llenas de fuerza en su contenido.</p>	1	¡PA´ LA ASAMBLEA!
	2 (5 variantes)	No hay.
	3	¡EL PUEBLO PA´ LA ASAMBLEA!
	4	No hay.
	5 (3 variantes)	No hay.
	6 (6variantes)	No hay.
	7 (3 variantes)	(1) ¡Te veo debilucho!, (2) ¡La mayoría somos nosotros!, (3) ¡Pa la Asamblea!
	8	No Hay.
	9	¡PA´ LA ASAMBLEA!
	10	(1) ¡PAL´ PARLATINO!, (2) NO PODEMOS OPTAR ENTRE VENCER O MORIR, NECESARIO ES VENCER!

ESTRUCTURAS GRÁFICAS (1 de 2)			
INFOGRAFÍA	ENCABEZADO	FUENTE EN NEGRITAS	FUENTE MÁS RESALTANTE
1	VOTA PSUV	<ul style="list-style-type: none"> • VOTA PSUV • UN SENTIMIENTO LATE EN EL CORAZÓN DE VENEZUELA 	PSUV
2 (5 variantes)	CIRCO LEGISLATIVO OPOSITOR	<ul style="list-style-type: none"> • CIRCO LEGISLATIVO OPOSITOR • LEY DE LA EXCLUSIÓN POPULAR • REVISIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE LOS CONSEJOS COMUNALES • VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> • CIRCO LEGISLATIVO • VOTA PSUV
3	EL LIBRETO OPOSITOR	<ul style="list-style-type: none"> • EL LIBRETO OPOSITOR • CANTAR FRAUDE • DESACREDITAR EL PODER ELECTORAL • DESESTABILIZAR AL PAÍS • ¿REPETIRÁN EL MISMO GUIÓN? • OJO PEALO EL 26 S • VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> • EL LIBRETO OPOSITOR • VOTA PSUV
4	ANZOÁTEGUI SE MOVILIZA EN APOYO A LOS CANDIDATOS DEL PUEBLO	<ul style="list-style-type: none"> • EL PUEBLO PA LA ASAMBLEA • CONTRA LA OPOSICIÓN GOLPISTA • VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> • EL PUEBLO PA LA ASAMBLEA • VOTA PSUV
5 (3 variantes)	LEY DE LOS CONSEJOS COMUNALES	<ul style="list-style-type: none"> • LEY DE LOS CONSEJOS COMUNALES • VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> • VOTA PSUV • LEY DE LOS CONSEJOS COMUNALES

ESTRUCTURAS GRÁFICAS (2 de 2)			
INFOGRAFÍA	ENCABEZADO	FUENTE EN NEGRITAS	FUENTE MÁS RESALTANTES
6 (6 variantes)	¿QUÉ HACE FALTA? ¿GUARIMBEROS?	<ul style="list-style-type: none"> • ¿QUÉ HACE FALTA? ¿GUARIMBEROS? • ¿O POLÍTICOS RESPONSABLES? • VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿O POLÍTICOS RESPONSABLES? • VOTA PSUV
7 (3 variantes)	El Pueblo es Mayoría	<ul style="list-style-type: none"> • El Pueblo es Mayoría • ¡CATAPLUM! • VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> • El Pueblo es Mayoría • VOTA PSUV
8	Frente de Trabajadores Petroquímicos	<ul style="list-style-type: none"> • ESTE 26 DE SEPTIEMBRE • VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> • Petroquímicos • VOTA PSUV
9	EL DECÁLOGO DE LA VICTORIA	<ul style="list-style-type: none"> • EL DECÁLOGO DE LA VICTORIA • VOTA PSUV • EL PUEBLO • 10 RAZONES PARA VOTAR POR LA REVOLUCIÓN ESTE 26 DE SEPTIEMBRE 	<ul style="list-style-type: none"> • EL DECÁLOGO DE LA VICTORIA • VOTA PSUV
10	EL PUEBLO ¡PAL PARLATINO!	<ul style="list-style-type: none"> • EL PUEBLO ¡PAL PARLATINO! • VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> • EL PUEBLO • VOTA PSUV

ESTRUCTURAS MORFO - SINTÁCTICA				
INFOGRAFÍA 1				
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)				
<ul style="list-style-type: none"> • VOTA PSUV: Oración impersonal que carece de un predicado que desarrolle la acción; infiere lo que elector debe hacer. • UN SENTIMIENTO QUE LATE EN EL CORAZÓN DE VENEZUELA: Oración subordinada adjetiva especificativa, la cual estas compuesta por dos oraciones con dependencia sintáctica a través del pronombre relativo “que”. • CON CHÁVEZ EL PUEBLO ;PA´LA ASAMBLEA!: Oración amembre construida en base a una interjección, donde a través de la exclamación le da una orden o mandato al receptor. La misma está compuesta por tres sustantivos que reflejan una secuencia coherente, así como una frase nominal, dado que con ella se expresa el contenido, solo que se prescinde del verbo porque el contexto es suficiente para su correcta interpretación. 				
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	Vota PSUV	UN SENTIMIENTO QUE LATE EN EL CORAZÓN DE VENEZUELA.	CON CHÁVEZ EL PUEBLO ;PA´LA ASAMBLEA!
	Sujeto :	Tácito	SENTIMIENTO	CHÁVEZ
	Verbo :	Vota (imperativo, presente)	LATE (presente del verbo Latir).	---
	Predicado :	PSUV	LATE EN EL CORAZÓN DE VENEZUELA	EL PUEBLO PA´LA ASAMBLEA
	Sustantivos :	PSUV (Propio)	SENTIMIENTO, CORAZÓN (Común)	CHÁVEZ (Propio) PUEBLO, ASAMBLEA (Común).
	Artículos :	---	EL (determinado), UN (indeterminado)	EL, LA (determinados, singular)
	Pronombre	---	QUE (relativo)	---
	Preposición:	---	EN, DE	CON, PA´ (coloquialismo de para).

INFOGRAFÍA 2 (5 variantes)				
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)				
<ul style="list-style-type: none"> • CIRCO LEGISLATIVO OPOSITOR: Frase nominal, dado que con ella se expresa el contenido, solo que se prescinde del verbo porque el contexto es suficiente para su correcta interpretación. • LEY DE LA EXCLUSIÓN POPULAR: Oración enunciativa que afirma de manera objetiva lo expuesto por el verbo. • Las comunidades organizadas no estarían capacitadas para gestionar su desarrollo local: Oración enunciativa negativa que de forma objetiva niega la acción del verbo. La misma está conformada por sus tres elementos (sujeto, verbo y predicado) más dos sintagmas verbales las cuales denotan una acción clara a los receptores precedida de su consecuencia. 				
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	CIRCO LEGISLATIVO OPOSITOR.	LEY DE LA EXCLUSIÓN POPULAR.	Las comunidades organizadas no estarían capacitadas para gestionar su desarrollo local.
	Sujeto :	Tácito	Ley	Las comunidades
	Verbos :	---	Exclusión (presente).	1ero: estarían (Condicional de Estar). 2do: gestionar (presente).
	Predicado :	Circo Legislativo Opositor.	Exclusión Popular.	Capacitadas para gestionar su desarrollo local.
	Sustantivos :	Circo (Común)	Ley (Común)	---
	Adjetivo :	Opositor; Legislativo (calificativo)	Popular (calificativo)	Organizadas, local, capacitadas (calificativos), su (posesivo, apócope de “suyo”).
	Artículos :	---	la (determinado, femenino, singular)	Las (determinado, femenino, plural)
	Adverbio :	---	---	no (de negación)
	Pronombre :	---	---	su (personal: apócope de suyo)
	Preposición:	---	de	para

INFOGRAFÍA 3 (1 de 2)				
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)				
<ul style="list-style-type: none"> • EL LIBRETO OPOSITOR: Frase nominal, dado que con ella se expresa el contenido, solo que se prescinde del verbo porque el contexto es suficiente para su correcta interpretación. • CANTAR FRAUDE: Oración exhortativa empleada para expresar mandatos u órdenes. La misma está dirigida a la población votante. • DESACREDITAR EL PODER ELECTORAL: Oración exhortativa empleada para expresar mandatos u órdenes. La misma está dirigida a la población votante. 				
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	EL LIBRETO OPOSITOR	CANTAR FRAUDE	DESACREDITAR EL PODER ELECTORAL
	Sujeto :	El libreto	Tácito	PODER ELECTORAL
	Verbos :	---	Cantar (presente)	Desacreditar (presente).
	Predicado :	Libreto opositor	Cantar Fraude	Desacreditar el poder electoral
	Sustantivos :	Libreto	Fraude	Poder
	Adjetivo :	Opositor (calificativo)	---	Electoral (calificativo)
	Artículos :	El (determinado, masculino, singular)	---	El (determinado, masculino, singular)
	Adverbio :	---	---	---
	Preposición:	---	---	---

INFOGRAFÍA 3 (2 de 2)				
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)				
<ul style="list-style-type: none"> • DESESTABILIZAR AL PAÍS: Oración impersonal la cual no posee sujeto, y explica claramente y de forma sencilla una acción. • ¿REPETIRÁN EL MISMO GUIÓN? Oración interrogativa que plantea una pregunta para ser respondida por los receptores. • OJO PELAO EL 26 S: Oración simple que denota una acción que deben realizar los receptores. Constituida por un sintagma nominal que funciona como sujeto y un sintagma verbal que desempeña la función del predicado. 				
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	DESESTABILIZAR AL PAÍS	¿REPETIRÁN EL MISMO GUIÓN?	OJO PELAO EL 26 S
	Sujeto :	Tácito	Tácito	Tácito
	Verbos :	Desestabilizar (presente)	Repetirán (futuro)	Pelao (Participio del verbo Pelar).
	Predicado :	Desestabilizar al país	Repetirán el mismo guión	Pelao el 26 S
	Sustantivos :	País (Común)	Guión (Común)	Ojo (común)
	Adjetivo :	---	Mismo (indefinido)	---
	Artículos :	---	El (determinado, masculino, singular)	El (determinado, masculino, singular)
	Adverbio :	---	---	---
	Contracción:	Al (a él)	---	---

INFOGRAFÍA 5				(1 de 3)
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)				
<ul style="list-style-type: none"> • EL DECÁLOGO DE LA VICTORIA: Frase nominal, dado que con ella se expresa el contenido, solo que se prescinde del verbo porque el contexto es suficiente para su correcta interpretación. • 10 RAZONES PARA VOTAR POR LA REVOLUCIÓN ESTE 26 DE SEPTIEMBRE: Oración simple que denota una acción que deben realizar los receptores. Constituida por un sintagma nominal que funciona como sujeto y un sintagma verbal que desempeña la función del predicado. • Por Chávez: Oración simple compuesta por un sustantivo propio pero que carece de un sintagma verbal que le adjudique el predicado; sin embargo, no deja de ser entendible para el receptor. 				
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	<i>EL DECÁLOGO DE LA VICTORIA</i>	<i>10 RAZONES PARA VOTAR POR LA REVOLUCIÓN ESTE 26 DE SEPTIEMBRE</i>	Por Chávez
	Sujeto :	Decálogo	10 razones	Tácito
	Verbos :	---	Votar (Presente)	---
	Predicado :	---	Votar por la revolución este 26 de septiembre.	---
	Sustantivos :	Victoria (Común)	Revolución (Común) Septiembre (Propio)	Chávez (Propio)
	Adjetivo :	---	...	---
	Pronombre:	---	Este (demostrativo)	---
	Artículos :	El (determinado, masculino, plural)	La (determinado, masculino, plural).	---
	Preposición:	De	Para, por	Por

INFOGRAFÍA 5					(2 de 3)
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)					
<ul style="list-style-type: none"> • Por la continuidad del Proceso Revolucionario: Oración subordinada adverbial consecutiva que expresa en sí misma la consecuencia de una acción que no se menciona en la oración. • Por la defensa de las misiones: Oración subordinada adverbial consecutiva que expresa en sí misma la consecuencia de una acción que no se menciona en la oración. • Por la administración de los recursos nacionales en beneficio del pueblo: Oración subordinada formada por dos oraciones con una dependencia sintáctica entre ellas, a través de la preposición en. 					
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	<i>Por la continuidad del Proceso Revolucionario</i>	<i>Por la defensa de las misiones</i>	<i>Por la administración de los recursos nacionales en beneficio del pueblo</i>	
	Sujeto :	Tácito	Tácito	Tácito	
	Verbos :	---	---	Administración, Beneficio (indicativo en presente)	
	Predicado :	---	---	Administración de los recursos naturales en beneficio del pueblo	
	Sustantivos :	Continuidad (común) Proceso (común)	Sustantivo (común)	Recursos, pueblo (común)	
	Adjetivo :	Revolucionario (calificativo)	Quinta (numeral – ordinal)	Nacionales (calificativo)	
	Pronombre:	---	Este (demostrativo)	---	
	Artículos :	La (determinado, femenino, singular)	La, las (determinado, femenino, singular / plural)	---	
	Contracción:	Del (de el)	---	Del (de el)	
	Preposición:	De	Por, de	Por, de, en	

INFOGRAFÍA 5 (3 de 3)			
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)			
<ul style="list-style-type: none"> • Por el futuro: frase adverbial circunstancial que expresa en sí misma una consecuencia de una acción que no se menciona en la oración. • VOTA PSUV: Oración exhortativa empleada para expresar mandatos u órdenes. La misma está dirigida a la población votante. 			
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	<i>Por el futuro</i>	<i>VOTA PSUV</i>
	Sujeto :	---	Tácito
	Verbos :	---	Vota (modo imperativo en presente)
	Predicado :	---	VOTA PSUV
	Sustantivos :	Futuro (común)	PSUV (Propio)
	Artículos :	El (determinado, masculino, singular)	---
	Preposición:	Por	---

INFOGRAFÍA 9				
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)				
<ul style="list-style-type: none"> • ANZOÁTEGUI SE MOVILIZA EN APOYO A LOS CANDIDATOS DEL PUEBLO: Oración enunciativa que afirma de manera objetiva lo expuesto por el verbo. • CONTRA LA OPOSICIÓN GOLPISTA EL PUEBLO PA´ LA ASAMBLEA: Oración nominal, dado que con ella se expresa el contenido, solo que se prescinde del verbo porque el contexto es suficiente para su correcta interpretación. • ESTE 26 DE SEPTIEMBRE EN ANZOÁTEGUI VOTA PSUV: Oración subordinada que complementa semánticamente la idea principal y refiere una acción que deben realizar los receptores. 				
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	Anzoátegui se moviliza en apoyo a los candidatos del pueblo	CONTRA LA OPOSICIÓN GOLPISTA EL PUEBLO PA´ LA ASAMBLEA	ESTE 26 DE SEPTIEMBRE EN ANZOÁTEGUI VOTA PSUV
	Sujeto :	Anzoátegui	La oposición.	Tácito
	Verbos :	Moviliza (presente) Apoyo (transitivo)	---	Vota (imperativo, presente)
	Predicado :	moviliza en apoyo a los candidatos del pueblo	EL PUEBLO PA´ LA ASAMBLEA	VOTA PSUV
	Sustantivos :	Anzoátegui (Propio), candidatos, pueblo (Común)	Pueblo, asamblea (Común)	ANZOÁTEGUI, PSUV, SEPTIEMBRE (propio)
	Adjetivo :	---	Golpista (Calificativo)	Este (demostrativo)
	Pronombre:	se	---	---
	Artículos :	los (neutro, plural)	EL (determinado, masculino, singular)	El (determinado)
	Preposición:	a, en	PA´ (coloquialismo de para), CONTRA	DE
	Contracción:	Del (de el)	---	---

INFOGRAFÍA 10			
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)			
<ul style="list-style-type: none"> • ¿QUÉ HACE FALTA? ¿GUARIMBEROS? ¿O POLÍTICOS RESPONSABLES?: Conjunto de oraciones interrogativas que plantean varias preguntas para ser respondida por los receptores. • PARA QUE SE PROFUNDICE LA REVOLUCIÓN VOTA PSUV: Oración simple que denota una acción a realizar por los receptores, sin embargo el orden de los elementos no responde al orden común de sintaxis. La idea es realzar de primero el objeto de la acción. Constituida por un sintagma nominal que funciona como sujeto y un sintagma verbal que desempeña la función del predicado. 			
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	¿QUÉ HACE FALTA? ¿GUARIMBEROS? ¿O POLÍTICOS RESPONSABLES?	PARA QUE SE PROFUNDICE LA REVOLUCIÓN VOTA PSUV
	Sujeto :	---	Tácito
	Verbos :	Hace (modo indicativo, presente de Hacer)	Profundice (modo subjuntivo en presente), Vota (modo imperativo en presente)
	Predicado :	HACE FALTA? ¿GUARIMBEROS? ¿O POLÍTICOS RESPONSABLES?	PARA QUE SE PROFUNDICE LA REVOLUCIÓN VOTA
	Sustantivos :	Guarimberos, Políticos (común)	Revolución (Común), PSUV (Propio)
	Adjetivo :	Responsables (calificativo)	---
	Pronombre:	---	Que (relativo), se (reflexivo)
	Conjunción:	O (disyuntiva)	---
	Artículos :	---	La (determinado, femenino, plural)
	Preposición:	---	Para

INFOGRAFÍA 12				
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)				
<ul style="list-style-type: none"> • El Pueblo es Mayoría: Oración simple que denota una acción que deben realizar los receptores. Constituida por un sintagma nominal que funciona como sujeto y un sintagma verbal que desempeña la función del predicado. • Sosteniendo la quinta columna: guarimba, terrorismo, golpe de estado... Oración subordinada que complementa semánticamente la idea principal y que describe una acción específica; sin embargo se deja a la expectativa al final con puntos suspensivos. • ¡Te veo debilucho! ¡la mayoría somos nosotros! Oración amembre construida en base a una interjección, donde a través de la exclamación le da una orden o mandato al receptor. La misma está compuesta por dos oraciones simples que reflejan una secuencia coherente. 				
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	<i>El Pueblo es Mayoría</i>	<i>Sosteniendo la quinta columna: guarimba, terrorismo, golpe de estado...</i>	<i>¡Te veo debilucho! ¡la mayoría somos nosotros!</i>
	Sujeto :	El Pueblo	---	Tácito
	Verbos :	Es (presente)	Sosteniendo (gerundio)	Veo (presente), somos (indicativo, presente)
	Predicado :	Es mayoría	Sosteniendo la quinta columna: guarimba, terrorismo, golpe de estado...	somos nosotros
	Sustantivos :	Mayoría (común)	Columna, guarimba, terrorismo (común).	Debilucho, mayoría (común)
	Adjetivo :	---	Quinta (numeral – ordinal)	Legislador (calificativo)
	Pronombre:	---	Su (posesivo, singular)	Nosotros
	Artículos :	El (determinado, masculino, singular)	La (determinado, femenino, singular)	La (determinado, femenino, singular)
	Frases Adverbiales:		Golpe de Estado	
	Preposición:	---	De	---

INFOGRAFÍA 13			(1 de 4)
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)			
<ul style="list-style-type: none"> • EL PUEBLO ;PAL´ PARLATINO!: Oración amembre construida en base a una interjección, donde a través de la exclamación le da una orden o mandato al receptor. La misma está compuesta una frase nominal, dada que con ella se expresa el contenido, sola que se prescinde del verbo porque el contexto es suficiente para su correcta interpretación. • <i>Es natural que la Revolución Bolivariana procure expandir y profundizar la participación de Venezuela en el Parlamento Latinoamericano:</i> Oración simple compuesta por un sintagma verbal y uno nominal, la cual le da sentido completo a la idea. 			
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	EL PUEBLO ;PAL´ PARLATINO!	<i>Es natural que la Revolución Bolivariana procure expandir y profundizar la participación de Venezuela en el Parlamento Latinoamericana</i>
	Sujeto :	El Pueblo	Revolución Bolivariana
	Verbos :	---	Es (presente), Perífrasis Verbal (procure expandir), profundizar (presente)
	Predicado :	¡PAL´ PARLATINO!	Procure expandir y profundizar la participación de Venezuela en el Parlamento Latinoamericana.
	Sustantivos :	Pueblo, parlatino (común)	Venezuela (Propio) Natural, Parlamento (Común)
	Adjetivo :	---	Latinoamericano (calificativo)
	Pronombre:	---	Este (demostrativo)
	Artículos :	El (determinado, masculino, singular)	La (determinado, femenino, singular)
	Conjunción:	---	Y (copulativa)
	Preposición:	PA´ (coloquialismo de para)	En, de

INFOGRAFÍA 13			(2 de 4)
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)			
<ul style="list-style-type: none"> • <i>El Parlamento Latinoamericano es un espacio internacional que debe ser aprovechado para librar mayores batallas en promoción y defensa de la Revolución Bolivariana, de la democracia, la justicia social, la integración latinoamericana y la paz:</i> Oración compuesta por subordinación adverbial causal de más de dos elementos que de forma explícita enumeran la oración principal y que demuestra el motivo real o supuesto de la acción principal. • <i>Los cambios democráticos y revolucionarios en Venezuela, bajo el liderazgo del Presidente Hugo Chávez Frías, han concitado e imbricado la reacción desestabilizadora, difamatoria y violenta del Imperio y de la ultraderecha internacional:</i> Oración compuesta subordinada que complementa semánticamente la idea principal y que describe una acción específica. 			
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	<i>El Parlamento Latinoamericano es un espacio internacional que debe ser aprovechado para librar mayores batallas en promoción y defensa de la Revolución Bolivariana, de la democracia, la justicia social, la integración latinoamericana y la paz:</i>	<i>Los cambios democráticos y revolucionarios en Venezuela, bajo el liderazgo del Presidente Hugo Chávez Frías, han concitado e imbricado la reacción desestabilizadora, difamatoria y violenta del Imperio y de la ultraderecha internacional</i>
	Sujeto :	Parlamento Latinoamericano	Cambios democráticos y revolucionarios
	Verbos :	Es (presente), Perífrasis Verbal (debe ser); Librar (presente)	Perífrasis Verbal (han concitado) Imbricado (presente)
	Predicado :	Es un espacio internacional que debe ser aprovechado para librar mayores batallas en promoción y defensa de la Revolución Bolivariana, de la democracia, la justicia social, la integración latinoamericana y la paz.	han concitado e imbricado la reacción desestabilizadora, difamatoria y violenta del Imperio y de la ultraderecha internacional
	Sustantivos :	Batalla, Revolución, democracia, justicia, integración, paz (común).	Venezuela, Hugo Chávez Frías (Propio) Liderazgo, reacción, imperio, internacional (común)

INFOGRAFÍA 13			(3 de 4)
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	<i>El Parlamento Latinoamericano es un espacio internacional que debe ser aprovechado para librar mayores batallas en promoción y defensa de la Revolución Bolivariana, de la democracia, la justicia social, la integración latinoamericana y la paz:</i>	<i>Los cambios democráticos y revolucionarios en Venezuela, bajo el liderazgo del Presidente Hugo Chávez Frías, han concitado e imbricado la reacción desestabilizadora, difamatoria y violenta del Imperio y de la ultraderecha internacional</i>
	Adjetivo :	Bolivariana, social, latinoamericana (calificativo)	Ultraderecha, Desestabilizadora, difamatoria, violenta (calificativo)
	Adverbio:	Mayores	
	Pronombre:	---	---
	Artículos :	Un (indeterminado, singular) La (determinado, femenino, singular)	La (determinado, femenino, singular)
	Conjunción:	Y (copulativa)	E , Y (copulativa)
	Contracción:		Del (de el)
	Preposición:	Para, de	De

INFOGRAFÍA 13 (4 de 4)			
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)			
<ul style="list-style-type: none"> • ¡NO PODEMOS OPTAR ENTRE VENCER O MORIR, NECESARIO ES VENCER!: Oración coordinada distributiva de tipo exclamativa donde el emisor procura expresar la subjetividad de sus sentimientos y emociones a través de la comparación de dos escenarios unidos por un nexo correlativo. • VOTA PSUV: Oración exhortativa empleada para expresar mandatos u órdenes. La misma está dirigida a la población votante. 			
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	¡NO PODEMOS OPTAR ENTRE VENCER O MORIR, NECESARIO ES VENCER!	VOTA PSUV
	Sujeto :	Tácito	Tácito
	Verbos :	Perífrasis Verbal (Podemos optar) Es (presente)	Vota (imperativo, presente)
	Predicado :	Optar entre vencer o morir, necesario es vencer.	VOTA PSUV
	Sustantivos :	Vencer, morir (común)	PSUV (Propio)
	Adjetivo :	Necesario (superlativo)	---
	Adverbio:	No (negación)	---
	Conjunción:	O (disyuntiva)	---
	Preposición:	Entre	---

INFOGRAFÍA 14				(1 de 2)
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)				
<ul style="list-style-type: none"> • LEY DE LOS CONSEJOS COMUNALES: Oración enunciativa que afirma de manera objetiva lo expuesto por el verbo. • <i>Consolida el Poder Popular, propiciando a todos los venezolanos espacios y estructuras de participación para gestionar su desarrollo a nivel local:</i> Oración subordinada que complementa semánticamente la idea principal y refiere una acción que deben realizar los receptores. • VOTA POR LAS CONQUISTAS DEL PUEBLO LEGISLADOR: Oración simple que denota una acción que deben realizar los receptores. Constituida por un sintagma nominal que funciona como sujeto y un sintagma verbal que desempeña la función del predicado. 				
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	<i>LEY DE LOS CONSEJOS COMUNALES</i>	Consolida el Poder Popular, propiciando a todos los venezolanos espacios y estructuras de participación para gestionar su desarrollo a nivel local	<i>VOTA POR LAS CONQUISTAS DEL PUEBLO LEGISLADOR</i>
	Sujeto :	Ley	Poder Popular	Tácito
	Verbos :	---	Consolida (presente), propiciando (gerundio Propiciar), gestionar (presente)	Vota (modo imperativo en presente)
	Predicado :	Ley de los Consejos Comunales	Propiciando a todos los venezolanos espacios y estructuras de participación para gestionar su desarrollo a nivel local.	Vota por las conquistas del pueblo legislador.
	Sustantivos :	Consejos (Común)	Venezolanos (común), espacios, estructuras, desarrollo (común)	Conquistas, pueblo (común)
	Adjetivo :	Comunales (calificativo)	Todos	Legislador (calificativo)

INFOGRAFÍA 14				(2 de 2)
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	<i>LEY DE LOS CONSEJOS COMUNALES</i>	Consolida el Poder Popular, propiciando a todos los venezolanos espacios y estructuras de participación para gestionar su desarrollo a nivel local	<i>VOTA POR LAS CONQUISTAS DEL PUEBLO LEGISLADOR</i>
	Pronombre:	---	Su (posesivo, singular)	---
	Artículos :	Los (neutro, plural)	Los (neutro, plural)	Las (determinado, femenino, plural)
	Preposición:	de	A ,para, de	por
	Contracción:	---	---	Del (de el)
	Conjunción:	---	Y (copulativa)	---

INFOGRAFÍA 19			
ORDEN DE LAS PALABRAS / TIPOS DE ORACIÓN (SINTAXIS)			
<ul style="list-style-type: none"> • Frente de Trabajadores Petroquímicos: Frase nominal, dado que con ella se expresa el contenido, solo que se prescinde del verbo porque el contexto es suficiente para su correcta interpretación. • VOTA PSUV: Oración exhortativa empleada para expresar mandatos u órdenes. La misma está dirigida a la población votante. 			
CONSTRUCCIONES DIVIDIDAS (MORFOLOGÍA)	Oración :	<i>Frente de Trabajadores Petroquímicos</i>	<i>VOTA PSUV</i>
	Sujeto :	Trabajadores	Tácito
	Verbos :	---	Vota (modo imperativo en presente)
	Predicado :	---	VOTA PSUV
	Sustantivos :	Petroquímicos (Propio), frente (Común).	PSUV (Propio)
	Artículos :	---	---
	Preposición:	de	---

ESTRUCTURAS SEMÁNTICAS *

*(Los significados fueron extraídos del Diccionario de La Real Academia Española.)

INFOGRAFÍA 1 (1 de 2)		
Palabra	1.1.- SIGNIFICANTE	/ SIGNIFICADO
Vota	Acción realizada para elegir a un candidato en representación de un Estado, País o Región. Aplica también para cualquier ente que requiera elegir un presidente o representante.	Del verbo Votar . (1) Dicho de una persona: Dar su voto o decir su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas. (2) Aprobar por votación.
PSUV	Siglas de Partido Político Venezolano llamado: Partido Socialista Unido de Venezuela .	N/A.
Sentimiento	Estado del ser humano donde las emociones se reflejan externamente.	(1) Acción y efecto de sentir o sentirse. (2) Estado afectivo del ánimo producido por causas que lo impresionan vivamente. (3) Estado del ánimo afligido por un suceso triste o doloroso.
Late	Movimientos fuertes y constantes del corazón que dan vida a personas y animales.	Del verbo Latir . (1) Dicho del corazón, de una arteria, de una vena o de un vaso capilar: dar latidos. (2)
Corazón	Órgano del cuerpo que le da vida a la materia.	(1) Órgano de naturaleza muscular, común a todos los vertebrados y a muchos invertebrados, que actúa como impulsor de la sangre y que en el hombre está situado en la cavidad torácica. (2) Centro de algo. (3) Ánimo, valor, temple.
Venezuela	País del Norte del Sur del continente Americano.	País de Latinoamérica que comparte fronteras con Ecuador, Colombia, Brasil y Guyana. Dividido en nueve regiones.

INFOGRAFÍA 1 (2 de 2)		
Palabra	1.1- SIGNIFICANTE	SIGNIFICADO
Chávez	Presidente de la República Bolivariana de Venezuela, electo en 1998 manteniéndose en la presidencia hasta el presente.	N/A
Pueblo	Grupo de personas que residen en una región gobernada de manera independiente.	(1) Ciudad o villa. (2) Población de menor categoría. (3) Conjunto de personas de un lugar, región o país. (4) País con gobierno independiente.
Asamblea	Grupo de dirigentes políticos que se reúnen para debatir temas de interés nacional. Así como se define como la estructura arquitectónica donde se reúnen partidarios políticos para debatir temas de interés nacional.	(1) Reunión numerosa de personas para discutir determinadas cuestiones y adoptar decisiones sobre ellas. (2) Órgano político constituido por numerosas personas que asumen total o parcialmente el poder legislativo. (3) Reunión que en situaciones especiales asume todos los poderes.

1.2.- MACRO ESTRUCTURA (1 de 2)	
Oración	Significado
VOTA PSUV	Oración que refiere la acción que deben realizar los ciudadanos y por quien deben votar. La oración infiere que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso <i>Partido Socialista Unido de Venezuela</i> , la cual se conoce por sus siglas PSUV.
UN SENTIMIENTO LATE EN EL CORAZÓN DE VENEZUELA	Oración que expresa una emoción que se espera esté en los ciudadanos del país. La misma infiere que existe un estado afectivo del ánimo producido por causas que han impresionado directamente en el corazón, actuando como órgano de naturaleza muscular, que actúa como impulsor de la sangre y que en el hombre está situado en la cavidad torácica; sin embargo, en este caso sería tomado como el centro del país de Latinoamérica que comparte fronteras con Ecuador, Colombia, Brasil y Guyana.

1.2.- MACRO ESTRUCTURA		(2 de 2)
Oración	Significado	
CON CHÁVEZ EL PUEBLO ¡PA' LA ASAMBLEA!	<p>Oración que asevera una acción sin verbo.</p> <p>La misma exclama y asevera, de manera coloquial, que el Presidente de la República Bolivariana de Venezuela de la mano con un conjunto de personas que habitan el país, llegarán al órgano político constituido por numerosas personas que asumen total o parcialmente el poder legislativo.</p>	

1.3.- TÓPICO
<p>El tema de la propaganda presentada infiere que los electores deben dar su voto en una elección de personas específicamente al partido político <i>Partido Socialista Unido de Venezuela</i>, la cual se conoce por sus siglas PSUV. La misma asegura que existe un estado afectivo del ánimo producido por causas que han impresionado directamente en el corazón, la cual exclama y asevera, de manera coloquial, que el Presidente de la República Bolivariana de Venezuela de la mano con un conjunto de personas que habitan el país, llegarán al órgano político constituido por numerosas personas que asumen total o parcialmente el poder legislativo.</p>

INFOGRAFÍA 2 (5 variantes) (1 de 3)		
Palabra	2.1- SIGNIFICANTE	/ SIGNIFICADO
Circo	Espacio circular forrado con carpas iluminadas y de grandes colores llamativos, destinadas para el espectáculo con animales y payasos, con el fin de entretener a un público.	(1) Edificio o recinto cubierto por una carpa, con gradería para los espectadores, que tiene en medio una o varias pistas donde actúan malabaristas, payasos, equilibristas, animales amaestrados. (2) Confusión, desorden, caos.
Legislativo	Capacidad para crear leyes por un bien común en la sociedad.	Se dice del cuerpo o código de leyes y del derecho o potestad de hacer las mismas.
Opositor	Persona o grupo de personas que tienen una opinión o pensamiento contrario a otro grupo o persona.	(1) Persona que se opone a otra en cualquier materia. (2) En política, partidario de la oposición.
Ley	Norma que rige un pueblo, estado o nación para mantener el orden dentro de la misma.	(1) Regla y norma constante e invariable de las cosas, nacida de la causa primera o de las cualidades y condiciones de las mismas. (2) Precepto dictado por la autoridad competente, en que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia y para el bien de los gobernados.
Exclusión	Ignorar a una persona o grupo de personas por un motivo en específico.	Del verbo Excluir . (1) Quitar a alguien o algo del lugar que ocupaba. (2) Descartar, rechazar o negar la posibilidad de algo. (3) Ser incompatibles.
Popular	Parte de la población de una nación que posee valores o costumbres diferentes a otros y las mismas son las que le dan identidad.	(1) Perteneciente o relativo al pueblo. (2) Propio de las clases sociales menos favorecidas. (3) Que está al alcance de los menos dotados económica o culturalmente.
Orgánica	Componente con autonomía de funcionamiento que forma parte de un sistema.	(1) Que tiene armonía y consonancia. (2) Que atañe a la constitución de corporaciones o entidades colectivas o a sus funciones o ejercicios.

INFOGRAFÍA 2 (5 variantes)		(2 de 3)
Palabra	2.1- SIGNIFICANTE	SIGNIFICADO
Consejos	Grupo de personas que se reúnen para debatir un tema de interés para una población.	(1) Parecer o dictamen que se da o toma para hacer o no hacer algo. (2) Órgano colegiado con la función de informar al Gobierno o a la Administración sobre determinadas materias.
Comunales	Grupo de personas que habitan en propiedades colectivas.	(1) Perteneciente o relativo a la comuna. (2) Conjunto de personas que viven en comunidad económica, a veces sexual, al margen de la sociedad organizada. (3) Forma de organización social y económica basada en la propiedad colectiva y en la eliminación de los tradicionales valores familiares.
Comunidades	Varios grupos de personas que viven en un pueblo o ciudad.	Diferentes conjuntos de personas de un pueblo, región o nación, vinculadas por características o intereses comunes.
Organizadas	Acción de colocar objetos, personas o animales en orden, en algunos casos con un fin determinado.	Del verbo Organizar . Establecer o reformar algo para lograr un fin, coordinando las personas y los medios adecuados.
Capacitadas	Personas calificadas para ejercer una función.	Del verbo Capacitar . Hacer a alguien apto, habilitarlo para algo.
Gestionar	Realizar diligencias legales para obtener un beneficio que mejore la calidad de vida.	Hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera.
Desarrollo	Crecimiento laboral, económico, político, cultural, profesional.	Evolución progresiva de una economía hacia mejores niveles de vida.
Local	Que pertenece a un sitio determinado.	Perteneciente o relativo al lugar.
Poder	Tener la fuerza o la capacidad de tomar el mando de algo o alguna situación, para lograr el beneficio de un colectivo.	(1) Tener expedita la facultad o potencia de hacer algo. (2) Dominio, imperio, facultad y jurisdicción que alguien tiene para mandar o ejecutar algo. (3) Gobierno de un país.

INFOGRAFÍA 2 (5 variantes)		(3 de 3)
Palabra	2.1- SIGNIFICANTE	/ SIGNIFICADO
Plumazo	Acción de dar golpes con un manojo de plumas.	(1) Trazo fuerte de pluma y especialmente el que se hace para tachar lo escrito. (2) Denota el modo expeditivo de abolir o suprimir algo.
Dependientes	Grupo de personas que no se valen por sí mismas.	Personas que sirven a otra o son subalternas de una autoridad.
Ignorados	Grupos de personas que son excluidos.	Del verbo Ignorar . (1) No saber algo, o no tener noticia de ello. (2) No hacer caso de algo o de alguien.
Vota	Acción realizada para elegir a un candidato en representación de un Estado, País o Región. Aplica también para cualquier ente que requiera elegir un presidente o representante.	Del verbo Votar . (1) Dicho de una persona: Dar su voto o decir su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas. (2) Aprobar por votación.
PSUV	Siglas de Partido Político Venezolano llamado: Partido Socialista Unido de Venezuela .	No aparece en el DRAE.

2.2.- MACRO ESTRUCTURA		(1 de 2)
Oración	Significado	
CIRCO LEGISLATIVO Opositor	Oración descriptiva que señala una opinión de los partidos del oficialismo en cuanto a los partidos de oposición. La misma refiere a la legislación de los partidos de oposición como un recinto cubierto por una carpa, con gradería para los espectadores, la cual tiene en el centro una pista donde actúan malabaristas, payasos, equilibristas, animales amaestrados.	

2.2.- MACRO ESTRUCTURA		(2 de 2)
Oración	Significado	
LEY DE LA EXCLUSIÓN POPULAR	Oración descriptiva que infiere el nombre de una ley. La misma específica que los preceptos dictados por la autoridad competente, en que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia y para el bien de los gobernados; son para descartar, rechazar o negar la posibilidad de algo a las clases sociales menos favorecidas económica o culturalmente.	
Las comunidades organizadas no estarían capacitadas para gestionar su desarrollo local	Oración que relata una acción negativa en cuanto a la labor de un grupo, con respecto a su propio desarrollo. La misma infiere que el conjunto de las personas de un pueblo, región o nación, vinculadas por características o intereses comunes, que se han establecido para lograr un fin, no estarán aptas para hacer diligencias conducentes al logro de su evolución progresiva economía hacia mejores niveles de vida.	
VOTA PSUV	Oración que refiere la acción que deben realizar los ciudadanos y por quien deben votar. La oración infiere que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso <i>Partido Socialista Unido de Venezuela</i> , la cual se conoce por sus siglas PSUV.	

2.3.- TÓPICO
<p>El tema de dicha propaganda juzga la labor de los partidos de oposición en la Asamblea, como un recinto cubierto por una carpa, la cual tiene en el centro una pista donde actúan malabaristas, payasos, equilibristas, animales amaestrados. Y que los preceptos que las autoridades competentes dictan son para descartar, rechazar o negar la posibilidad de algo a las clases sociales menos favorecidas económica o culturalmente.</p> <p>En otro aspecto infiere que el conjunto de las personas de un pueblo, región o nación, vinculadas por características o intereses comunes, que se han establecido para lograr un fin, no estarán aptas para hacer diligencias conducentes al logro de su evolución hacia mejores niveles de vida.</p> <p>Es por esto que dice que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso <i>Partido Unido de Venezuela</i>, la cual se conoce por sus siglas PSUV.</p>

INFOGRAFÍA 3			(1 de 2)
Palabra	3.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Libreto	Guión que representa las pautas de una obra teatral o de alguna producción audiovisual (radio, cine y televisión).		Obra dramática escrita para ser puesta en música, ya toda ella, como sucede en la ópera, ya solo una parte, como en la zarzuela española y ópera cómica extranjera.
Opositor	Persona o grupo de personas que tienen una opinión o pensamiento contrario a otro grupo o persona.		(1) Persona que se opone a otra en cualquier materia. (2) En política, partidario de la oposición.
Cantar	Emitir sonidos con una melodía agradable a los sentidos.		(1) Producir con la voz sonidos melodiosos, formando palabras o sin formarlas. (2) Componer o recitar textos en verso para destacar la significación de algo o de alguien.
Fraude	Acto delictivo donde una persona o grupo de personas son engañadas con el fin de lograr un objetivo que beneficia a quien lo comete.		(1) Acción contraria a la verdad y a la rectitud, que perjudica a la persona contra quien se comete. (2) Acto tendente a eludir una disposición legal en perjuicio del Estado o de terceros.
Desacreditar	Quitarle valor a alguien o alguna situación.		Disminuir o quitar la reputación de alguien, o el valor y la estimación de algo.
Poder	Tener la fuerza o la capacidad de tomar el mando de algo o alguna situación, para lograr el beneficio de un colectivo.		(1) Tener expedita la facultad o potencia de hacer algo. (2) Dominio, imperio, facultad y jurisdicción que alguien tiene para mandar o ejecutar algo. (3) Gobierno de un país.
Electoral	Proveniente de elector y sus cualidades.		(1) Pertenciente o relativo a la dignidad o a la cualidad de elector. (2) Pertenciente o relativo a electores o a elecciones.
Desestabilizar	Crear caos.		(1) Alterar o perturbar la estabilidad. (2) Comprometer la estabilidad de una situación política o económica.

INFOGRAFÍA 3			(2 de 2)
Palabra	3.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
País	Región independiente que forma parte de un continente.		Nación, región, provincia o territorio.
Guión	Libreto escrito para contar una historia que se representará en una obra de teatro o alguna producción audiovisual.		Escrito en que breve y ordenadamente se han apuntado algunas ideas o cosas con objeto de que sirva de guía para determinado fin.
Ojo	Órgano del cuerpo humano y animal ubicado en la cara, que permite la percepción de imágenes.		(1) Órgano de la vista en el hombre y en los animales. (2) Parte visible de este órgano en la cara.
Pelao	Frase coloquial que infiere quitar la concha o capa de un superficie.		Del verbo Pelar ; que aparece desprovisto de lo que por naturaleza suele adornarlo, cubrirlo o rodearlo.
Vota	Acción realizada para elegir a un candidato en representación de un Estado, País o Región. Aplica también para cualquier ente que requiera elegir un presidente o representante.		Del verbo Votar . (1) Dicho de una persona: Dar su voto o decir su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas. (2) Aprobar por votación.
PSUV	Siglas de Partido Político Venezolano llamado: Partido Socialista Unido de Venezuela.		No aparece en el DRAE.

3.2.- MACRO ESTRUCTURA	
Oración	Significado
EL LIBRETO Opositor	Oración que denota un título de un material escrito y que describe lo que se leerá a continuación. El mensaje infiere que se está ante una obra dramática escrita por personas que se oponen a otras en cualquier materia en este caso partidarios de la oposición.
CANTAR FRAUDE	Oración que denota una acción simple realizada por alguien. El texto se refiere a que el pueblo debe componer o recitar textos en versos para destacar la significación de algo o de alguien, ente caso, una acción contraria a la verdad y a la rectitud que perjudica a la persona contra quien se comete.
DESACREDITAR EL PODER ELECTORAL	Oración que refiere una acción negativa que se produce ante el ente de regulación electoral. El mensaje de la propaganda infiere que se podría disminuir o quitar la reputación de alguien, o el valor y la estimación de algo en este caso, ante el organismo que regula la disposición de las personas para poder votar.
DESESTABILIZAR AL PAÍS	Oración que denota un hecho negativo que se está realizando ante una nación. EL texto infiere que se puede alterar o perturbar la estabilidad, así como comprometer la estabilidad de una situación política o económica en una nación, región, provincia o territorio.
¿REPETIRÁN EL MISMO GUIÓN?	Oración interrogativa dirigida al receptor en cuanto a una situación que no se quiere vuelva a pasar. La frase pregunta a la población si se volverá a reiterar el mismo escrito en que breve y ordenadamente se han apuntado algunas ideas o cosas con objeto de que sirva de guía para determinado fin.
OJO PELAO EL 26S	Oración coloquial que denota una acción a la que deben estar atentos un conjunto de receptores en una fecha determinada. La frase se refiere al órgano de la vista en el hombre y en los animales, el cual debe estar desprovisto de lo que por naturaleza suele adornarlo, cubrirlo o rodearlo el 26 de septiembre.
VOTA PSUV	Oración que refiere la acción que deben realizar los ciudadanos y por quien deben votar. La oración infiere que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso <i>Partido Unido de Venezuela</i> , la cual se conoce por sus siglas PSUV.

3.3.- TÓPICO

El tema de la presente propaganda infiere que se está ante una obra dramática escrita por los partidarios de la oposición.

En un primer punto se anuncia que la oposición componer textos en versos para destacar acciones contrarias a la verdad pudiendo disminuir o quitar la reputación de alguien.

En segundo punto se infiere los mismos alteran y/o perturban la estabilidad de una situación política o económica en una nación, región, provincia o territorio.

La propaganda cierra con una pregunta hecha al receptor que refiere si se permitirá que los partidos de oposición reiteren este mismo escrito.

Por último, refiriéndose al órgano de la vista en el hombre y en los animales, el cual se debe estar desprovisto de lo que por naturaleza suele adornarlo, cubrirlo o rodearlo, el 26 de septiembre y que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso *Partido Unido de Venezuela*, la cual se conoce por sus siglas PSUV.

INFOGRAFÍA 5			(1 de 7)
Palabra	5.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Decálogo	Conjunto de diez ideas que componen un solo documento a manera de guía.		(1) Conjunto de los diez mandamientos de la ley de Dios. (2) Conjunto de normas o consejos que, aunque no sean diez, son básicos para el desarrollo de cualquier actividad.
Victoria	Logro obtenido tras haber ganado una batalla.		(1) Superioridad o ventaja que se consigue del contrario, en disputa o lid. (2) Vencimiento o sujeción que se consigue de los vicios o pasiones.
Razones	Motivos por el cual una persona o conjunto de personas realiza una acción-		Plural de Razón ; (4) Argumento o demostración que se aduce en apoyo de algo. (5) motivo, causa. ...de Estado ; (1) Política y regla con que se dirige y gobierna lo perteneciente al interés y utilidad de la república. (3) Miramiento, consideración que nos mueve a portarnos de cierto modo en la sociedad civil, por lo que podrán juzgar o pensar quienes lo sepan.
Revolución	Cambio radical que ocurre en una sociedad.		(1) Acción y efecto de revolver o revolverse. (2) Cambio violento en las instituciones políticas, económicas o sociales de una nación. (3) Inquietud, alboroto, sedición. (4) Cambio rápido y profundo en cualquier cosa.
Continuidad	Unión de acontecimientos a través del tiempo que se mantienen constantes.		(1) Unión natural que tienen entre sí las partes del continuo. (2) Cualidad o condición de las funciones o transformaciones continuas.
Proceso	Desarrollo de una situación en un momento dado y a través del tiempo.		(1) Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial. (2) Acción de ir hacia adelante. (3) Transcurso del tiempo.

INFOGRAFÍA 5 (2 de 7)		
Palabra	5.1- SIGNIFICANTE	SIGNIFICADO
Agenda	Temas a tratar en una reunión.	(2) Relación de los temas que han de tratarse en una junta o de las actividades sucesivas que han de ejecutarse.
Reformar	Reconstituir un lugar y al grupo de personas que la conforman.	(1) Volver a formar, rehacer. (2) Modificar algo, por lo general con la intención de mejorarlo. (4) Enmendar, corregir la conducta de alguien, haciendo que abandone comportamientos o hábitos que se consideran censurables.
Eufemismo	Expresión coloquial que sustituye a otra palabra de mal gusto.	Manifestación suave o decorosa de ideas cuya recta y franca expresión sería dura o malsonante.
Esconden	Ocultar una cosa o persona de otra que no quiere que la vea.	Del verbo Esconder ; (1) encubrir, ocultar. (2) Retirar a alguien o algo a lugar o sitio secreto. (3) Incluir y contener en sí algo que no es manifiesto a todos.
Real	Verdadero.	Que tiene existencia verdadera y efectiva.
Exterminar	Acabar rotundamente con algo.	(1) Acabar del todo con algo. (2) Desolar, devastar por fuerza de armas.
Institucionalidad	Que forma parte de una institución.	Cualidad de Institucional ; Perteneiente o relativo a una institución o a instituciones políticas, religiosas, sociales, etc.
Defensa	Protegerse de algo o de alguien que lo ha atacado.	Acción y efecto de defender o defenderse . (3) Amparo, protección, socorro. (6) Mecanismo natural por el que un organismo se protege de agresiones externas.
Misiones	Conjunto de planes que deben cumplirse para lograr una meta.	Plural de Misión ; (1) Acción de enviar. (2) Poder, facultad que se da a alguien de ir a desempeñar algún cometido. (3) comisión, encargo. (4) Comisión temporal dada por un Gobierno a un diplomático o agente especial para determinado fin.

INFOGRAFÍA 5			(3 de 7)
Palabra	5.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Hijas	Persona descendiente de la unión de padre y madre.		Plural de Hija ; (1) Persona o animal respecto de su padre o de su madre. (2) Persona respecto del país, provincia o pueblo de que es natural. (5) Usado como expresión de cariño entre las personas que se quieren bien.
Antaño	Algo viejo de otra época.		En tiempo pasado.
Excluidos	Rechazados o sacados de un lugar o situación, en algunos casos por motivos de discriminación.		Efecto del verbo Excluir . (1) Quitar a alguien o algo del lugar que ocupaba. (2) Descartar, rechazar o negar la posibilidad de algo. (3) Ser incompatibles.
Administración	Parte de una institución encargada de gestionar los servicios y/o recursos que allí se manejan.		(Pública) (1) Organización ordenada a la gestión de los servicios y a la ejecución de las leyes en una esfera política determinada, con independencia del poder legislativo y el poder judicial. (2) Conjunto de organismos encargados de cumplir esta función.
Beneficio	Algo bueno que se recibe para el bien común o del colectivo.		(1) Bien que se hace o se recibe. (2) utilidad, provecho.
Recursos	Conjunto de bienes materiales y naturales que posee un individuo, estado o nación.		Plural de Recurso . (1) Acción y efecto de recurrir. (2) Medio de cualquier clase que, en caso de necesidad, sirve para conseguir lo que se pretende. (3) Bienes, medios de subsistencia.

INFOGRAFÍA 5			(4 de 7)
Palabra	5.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Privatización	Transformar una empresa del sector público al sector privado.		Acción y efecto de Privatizar ; Transferir una empresa o actividad pública al sector privado.
Oligarcas	Pequeño grupo de personas que manejan todos los poderes de un Estado. Adinerados		Cada uno de los individuos que componen una oligarquía : (1) Gobierno de pocos. (2) Forma de gobierno en la cual el poder supremo es ejercido por un reducido grupo de personas que pertenecen a una misma clase social. (3) Conjunto de algunos poderosos negociantes que se aúnan para que todos los negocios dependan de su arbitrio.
Trasnacionales	Empresas que tiene consorcios en varias partes del mundo y mantienen un acuerdo bilateral en los países en los que se encuentran.		(1) Que se extiende a través de varias naciones. <i>Empresa, cultura transnacional</i> . (2) multinacional ; Sociedad mercantil o industrial cuyos intereses y actividades se hallan establecidos en muchos países.
Futuro	Algo que ocurrirá más adelante en el tiempo.		Que está por venir.
Oportunidades	Conjunto de acciones o hechos que convienen a una persona o grupo de personas.		Plural de Oportunidad ; Sazón, coyuntura, conveniencia de tiempo y de lugar.

INFOGRAFÍA 5			(5 de 7)
Palabra	5.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Créditos	Dinero que a manera de préstamo, se debe ante una institución y que por lo tanto debe ser pagado bajo las condiciones establecidas.		(1) Cantidad de dinero, o cosa equivalente, que alguien debe a una persona o entidad, y que el acreedor tiene derecho de exigir y cobrar. (2) Apoyo, abono, comprobación. (5) Situación económica o condiciones morales que facultan a una persona o entidad para obtener de otra, fondos o mercancías. (6) Opinión que goza alguien de que cumplirá puntualmente los compromisos que contraiga. (7) Abrir un ~ a alguien; Autorizarlo por medio de documento para que pueda recibir de alguien la cantidad que necesite o hasta cierta suma.
Pobres	Persona o grupo de personas que poseen pocos recursos económicos y materiales.		(1) Necesitado, que no tiene lo necesario para vivir. (3) Humilde, de poco valor o entidad. (4) Infeliz, desdichado y triste. (5) Pacífico, quieto y de buen genio e intención. (6) Corto de ánimo y espíritu.
Incluyente	Que forma parte de la inclusión. Agregar personas en sectores donde antes habían sido excluidos.		Que incluye. Del verbo Incluir; (1) Poner algo dentro de otra cosa o dentro de sus límites. (2) Dicho de una cosa: Contener a otra, o llevarla implícita.
Tecnologías	Teorías que a través del tiempo han desarrollado el área científica de todo lo que se conoce hasta ahora.		(1) Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico. (2) Tratado de los términos técnicos. (3) Lenguaje propio de una ciencia o de un arte. (4) Conjunto de los instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto.

INFOGRAFÍA 5			(6 de 7)
Palabra	5.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Educación	Adoctrinamiento que se empieza en los niños y que continúa a lo largo de sus vidas en escuelas, colegios, liceos, universidades, entre otros.		(1) Acción y efecto de Educar ; (a) Dirigir, encaminar, doctrinar. (b) Desarrollar o perfeccionar las facultades intelectuales y morales del niño o del joven por medio de preceptos, ejercicios, ejemplos, etc. <i>Educar la inteligencia, la voluntad.</i> (c) Desarrollar las fuerzas físicas por medio del ejercicio, haciéndolas más aptas para su fin. (d) Perfeccionar, afinar los sentidos. Educar el gusto. (e) Enseñar los buenos usos de urbanidad y cortesía. (3) Instrucción por medio de la acción docente. (4) Cortesía, urbanidad.
Alimentación	Comer sanamente para mantener el cuerpo y la mente llenos de vigor.		(1) Acción y efecto de alimentar. (2) Conjunto de las cosas que se toman o se proporcionan como Alimento : (a) Conjunto de cosas que el hombre y los animales comen o beben para subsistir. (b) Cada una de las sustancias que un ser vivo toma o recibe para su nutrición.
Salud	Estado físico del cuerpo.		(1) Estado en que el ser orgánico ejerce normalmente todas sus funciones. (2) Condiciones físicas en que se encuentra un organismo en un momento determinado.
Devuelto	Se refiere a algo que ha sido restituido a su sitio original.		Del Verbo Devolver : (1) Volver algo a su estado anterior. <i>El aire sano le devolvió el color al rostro.</i> (2) Restituir algo a quien lo tenía antes.
Orgullo	Emoción de la razón humana, amor y satisfacción por un logro obtenido o sentimiento negativo producido por el ego.		Arrogancia, vanidad, exceso de estimación propia, que a veces es disimulable por nacer de causas nobles y virtuosas.

INFOGRAFÍA 5			(7 de 7)
Palabra	5.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Dignidad	Persona o grupo de persona que merece algo por su buen comportamiento.		(1) Cualidad de Digno : (a) Merecedor de algo. (b) Correspondiente, proporcionado al mérito y condición de alguien o algo.(c) Que tiene dignidad o se comporta con ella. (d) Dicho de una cosa: Que puede aceptarse o usarse sin desdoro. <i>Salario digno. Vivienda digna.</i> (2) Excelencia, realce. (3) Gravedad y decoro de las personas en la manera de comportarse.
Esperanza	Sentimiento de que algo puede suceder todavía a pesar de los contratiempos.		(1) Estado del ánimo en el cual se nos presenta como posible lo que deseamos. (2) dar ~, o ~s, a alguien ; Darle a entender que puede lograr lo que solicita o desea.
Pueblo	Grupo de personas que residen en una región gobernada de manera independiente.		(1) Ciudad o villa. (2) Población de menor categoría. (3) Conjunto de personas de un lugar, región o país. (4) País con gobierno independiente.
Asamblea	Grupo de dirigentes políticos que se reúnen para debatir temas de interés nacional. Así como se define como la estructura arquitectónica donde se reúnen partidarios políticos para debatir temas de interés nacional.		(1) Reunión numerosa de personas para discutir determinadas cuestiones y adoptar decisiones sobre ellas. (2) Órgano político constituido por numerosas personas que asumen total o parcialmente el poder legislativo. (3) Reunión que en situaciones especiales asume todos los poderes.
Vota	Acción realizada para elegir a un candidato en representación de un Estado, País o Región. Aplica también para cualquier ente que requiera elegir un presidente o representante.		Del verbo Votar . (1) Dicho de una persona: Dar su voto o decir su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas. (2) Aprobar por votación.
PSUV	Siglas de Partido Político Venezolano llamado: Partido Socialista Unido de Venezuela.		No aparece en el DRAE.

5.2.- MACRO ESTRUCTURA		(1 de 2)
Oración	Significado	
EL DECÁLOGO DE LA VICTORIA	<p>Enunciado que evoca el título de un documento a ser presentado ante un público existente.</p> <p>La frase habla de un conjunto de normas o consejos que, aunque no sean diez, son básicos para el desarrollo de la superioridad o ventaja que se consigue del contrario, en disputa.</p>	
10 RAZONES PARA VOTAR POR LA REVOLUCIÓN ESTE 26 DE SEPTIEMBRE	<p>Oración que indica el comienzo de una enumeración en base a un tema mencionado en la misma.</p> <p>La oración se basa en 10 políticas y reglas con que se dirige y gobierna lo perteneciente al interés y utilidad de la república que nos mueve a portarnos de cierto modo en la sociedad civil, por lo que podrán juzgar o pensar quienes lo sepan. Esto referido a la hora de dar su voto o decir su dictamen en una elección de personas, con el fin de lograr el cambio violento en las instituciones políticas, económicas o sociales de una nación.</p>	
Por Chávez.	<p>Frase que implica un motivo para hacer algo.</p> <p>La frase indica que la acción a ejecutar debe realizarse pesando y considerando al Presidente de la República Bolivariana de Venezuela.</p>	
Por la continuidad del proceso revolucionario.	<p>Frase que implica un motivo para hacer algo.</p> <p>La oración implica como un motivo el conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial que deben cumplirse, en este caso, los cambios violentos en las instituciones políticas, económicas o sociales de una nación.</p>	
Por la defensa de las Misiones.	<p>Frase que implica un motivo para hacer algo.</p> <p>El motivo de la presente oración implica el mecanismo natural por el que un organismo se protege de agresiones externas, en este caso se habla del conjunto de misiones, entendidas como las comisiones temporales dadas por el Gobierno a un diplomático o agente especial para determinado fin.</p>	

5.2.- MACRO ESTRUCTURA		(2 de 2)
Oración	Significado	
Por la administración de los recursos nacionales en beneficio del pueblo.	<p>Frase que implica un motivo para hacer algo.</p> <p>Oración que implica un motivo, en este caso que la población debe votar por la organización ordenada de los servicios y la ejecución de las leyes en una esfera política determinada, en este sentido se refiere a los bienes o medios de subsistencia del país como forma para que un conjunto de personas de un lugar, región o país consiga lo que pretende.</p>	
Por el futuro.	<p>Frase que implica un motivo para hacer algo.</p> <p>Dicha oración se refiere a lo que está por venir como un motivo para votar.</p>	
VOTA PSUV	<p>Oración que refiere la acción que deben realizar los ciudadanos y por quien deben votar.</p> <p>La oración infiere que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso <i>Partido Socialista Unido de Venezuela</i>, la cual se conoce por sus siglas PSUV.</p>	

5.3.- TÓPICO

El contenido de la presente propaganda tiene como fin transmitirle a los receptores un conjunto de normas o consejos que son básicos para el desarrollo de la superioridad o ventaja que se consigue del contrario, en disputa.

Entre los más destacados mencionan:

- La acción a ejecutar debe realizarse pesando y considerando al Presidente de la República Bolivariana de Venezuela.
- Se menciona la continuidad, como el conjunto de fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial a cumplirse en el transcurso del tiempo, en este caso se refiere a los cambios violentos en las instituciones políticas, económicas o sociales de una nación.
- Se habla de defensa, como el mecanismo natural por el que un organismo se protege de agresiones externas, en este caso se mencionan las misiones como un conjunto de comisiones temporales dadas por el Gobierno para un determinado fin.
- Se menciona también la Administración, como una Organización ordenada de los servicios y la ejecución de las leyes en una esfera política determinada, con independencia del poder legislativo y el poder judicial, aquí se refiere a los bienes o medios de subsistencia del país como forma para que un conjunto de personas de un lugar, región o país consiga lo que pretende.
- Y por el último el Futuro, a lo que está por venir como motivo.

Por estas razones los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso *Partido Unido de Venezuela*, la cual se conoce por sus siglas PSUV.

INFOGRAFÍA 9 (1 de 2)		
Palabra	9.1- SIGNIFICANTE /	SIGNIFICADO
Anzoátegui	Estado de Venezuela, ubicado al oriente del país.	No aparece en el DRAE.
Moviliza	Acción de mover una cosa u objeto de un sitio a otro.	Del verbo Movilizar ; (1) Poner en actividad o movimiento. (2) Convocar, incorporar a filas, poner en pie de guerra tropas u otros elementos militares.
Apoyo	Soporte de algo o alguien sobre otra cosa o persona que la aguanta con más firmeza.	Del verbo Apoyar ; (1) Hacer que algo descansa sobre otra cosa. Apoyar el codo en la mesa. (2) Basar, fundar. (3) Favorecer, patrocinar, ayudar. (4) Confirmar, probar, sostener alguna opinión o doctrina.
Candidato	Persona que opta por un cargo de importancia ante una institución, o país.	(1) Persona que pretende alguna dignidad, honor o cargo. (2) Persona propuesta o indicada para una dignidad o un cargo, aunque no lo solicite.
Contra	Oposición de una cosa con respecto a otra.	Concepto opuesto o contrario a otro.
Oposición	Estar en contra de una ideología, pensamiento, creencia.	(1) Acción y efecto de oponer u oponerse. (3) Contrariedad o antagonismo entre dos cosas. (5) Contradicción o resistencia a lo que alguien hace o dice. (6) Conjunto de grupos o partidos que en un país se oponen a la política del Gobierno. (7) En los cuerpos legislativos, minoría que habitualmente impugna las actuaciones del Gobierno. (8) Cada uno de los cuerpos deliberantes, o de los sectores de la opinión pública adversos al poder establecido.
Golpista	Persona que ha atentado contra la estabilidad de un país.	(1) Pertenciente o relativo al golpe de Estado. (2) Que participa en un golpe de Estado o que lo apoya de cualquier modo.

INFOGRAFÍA 9		(2 de 2)
Palabra	9.1- SIGNIFICANTE	/ SIGNIFICADO
Pueblo	Grupo de personas que residen en una región gobernada de manera independiente.	(1) Ciudad o villa. (2) Población de menor categoría. (3) Conjunto de personas de un lugar, región o país. (4) País con gobierno independiente.
Asamblea	Grupo de dirigentes políticos que se reúnen para debatir temas de interés nacional. Así como se define como la estructura arquitectónica donde se reúnen partidarios políticos para debatir temas de interés nacional.	(1) Reunión numerosa de personas para discutir determinadas cuestiones y adoptar decisiones sobre ellas. (2) Órgano político constituido por numerosas personas que asumen total o parcialmente el poder legislativo. (3) Reunión que en situaciones especiales asume todos los poderes.
Vota	Acción realizada para elegir a un candidato en representación de un Estado, País o Región. Aplica también para cualquier ente que requiera elegir un presidente o representante.	Del verbo Votar . (1) Dicho de una persona: Dar su voto o decir su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas. (2) Aprobar por votación.
PSUV	Siglas de Partido Político Venezolano llamado: Partido Socialista Unido de Venezuela .	No aparece en el DRAE.

9.2.- MACRO ESTRUCTURA	
Oración	Significado
ANZOÁTEGUI SE MOVILIZA EN APOYO A LOS CANDIDATOS DEL PUEBLO	<p>Oración que se refiere directamente a un estado venezolano con respecto a las concentraciones a favor de sus dirigentes.</p> <p>El mensaje infiere que el Estado Venezolano ubicado al oriente del país ha convocado, incorporado a filas, puesto en pie de guerra a tropas para hacerlos sustentables ante alguna opinión o doctrina, en este caso ante los candidatos oficialistas; denominadas como las personas que pretenden alguna dignidad, honor o cargo como representantes de un conjunto de personas de un lugar, región o país.</p>
CONTRA LA OPOSICIÓN GOLPISTA EL PUEBLO PA´ LA ASAMBLEA	<p>Oración que denota rechazo y discriminación por parte de un grupo ante otro.</p> <p>El mensaje de esta propaganda se refiere a que el pueblo debe votar contra la oposición, definida como: el conjunto de grupos o partidos de un país que se oponen a la política del Gobierno así como, los cuerpos legislativos. Minoría que habitualmente impugna las actuaciones del Gobierno y que han pertenecido o apoyado de algún modo un golpe de Estado. Por esto se invita a la población de menor categoría o conjunto de personas de un lugar, región o país a conformar una reunión numerosa de personas para discutir determinadas cuestiones y adoptar decisiones sobre ellas, conocido también como el órgano político constituido por numerosas personas que asumen total o parcialmente el poder legislativo.</p>
ESTE 26 DE SEPTIEMBRE EN ANZOÁTEGUI VOTA PSUV	<p>Oración que invita a los receptores, de una entidad específica, a realizar una acción determinada.</p> <p>El mensaje invita a que el día 26 del noveno mes del año, el Estado Venezolano ubicado al oriente del país de su voto o diga su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso <i>Partido Unido de Venezuela</i>, la cual se conoce por sus siglas PSUV.</p>

9.3.- TÓPICO

El mensaje contenido dentro de la presente propaganda infiere que el Estado Venezolano ubicado al oriente del país ha convocado, incorporado a tropas para hacerlos sustentables ante las a personas que pretenden alguna dignidad, honor o cargo como representantes de un conjunto de personas de un lugar, región o país.

En consecuencia, incentivan a la población a que voten contra un conjunto de grupos o partidos de un país que se oponen a la política del Gobierno así como, los cuerpos legislativos, minoría que habitualmente impugna las actuaciones del Gobierno y que han pertenecido o apoyado de algún modo un golpe de Estado.

Por esto se invita a la población de menor categoría a conformar el órgano político constituido por numerosas personas que asumen total o parcialmente el poder legislativo. Invitando a que el día 26 del noveno mes del año, el Estado Venezolano ubicado al oriente del país De su voto o diga su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso *Partido Unido de Venezuela*, la cual se conoce por sus siglas PSUV.

INFOGRAFÍA 10			(1 de 2)
Palabra	10.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Falta	Condición de la cual se carece.		(1) Carencia o privación de algo. (2) Defecto o privación de algo necesario o útil. <i>Falta de recursos, de lluvias.</i>
Guarimberos	Personas encargadas de movilizar y generar caos un lugar en específico, a manera de protesta por una situación con la que no se está de acuerdo.		No aparece en el DRAE. Ejercicio de la Guarimba ; lexía venezolana que significa “refugio” en un antiguo juego infantil. En el ámbito político sustituyó el significado original de la palabra, por la actividad que representaba: “paralizar el juego”.
Políticos	Personas que dirigen los asuntos políticos de un país.		(1) Pertenciente o relativo a la doctrina política. (2) Pertenciente o relativo a la actividad política. (5) Dicho de una persona: Que interviene en las cosas del gobierno y negocios del Estado. (8) Actividad de quienes rigen o aspiran a regir los asuntos públicos.
Responsables	Persona que tiene la autoridad sobre una acción, situación, entre otros; a fin de tomar decisiones.		(1) Obligado a responder de algo o por alguien. (2) Dicho de una persona: Que pone cuidado y atención en lo que hace o decide.
Profundice	Ahondar dentro de algo. Llegar al fondo de un asunto o idea.		Acción de Profundizar ; Discurrir con la mayor atención y examinar o penetrar algo para llegar a su perfecto conocimiento. Sin. Ahondar.
Revolución	Cambio radical que ocurre en una sociedad.		(1) Acción y efecto de revolver o revolverse. (2) Cambio violento en las instituciones políticas, económicas o sociales de una nación. (3) Inquietud, alboroto, sedición. (4) Cambio rápido y profundo en cualquier cosa.

INFOGRAFÍA 10		(2 de 2)
Palabra	10.1- SIGNIFICANTE	/ SIGNIFICADO
Vota	Acción realizada para elegir a un candidato en representación de un Estado, País o Región. Aplica también para cualquier ente que requiera elegir un presidente o representante.	Del verbo Votar . (1) Dicho de una persona: Dar su voto o decir su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas. (2) Aprobar por votación.
PSUV	Siglas de Partido Político Venezolano llamado: Partido Socialista Unido de Venezuela .	No aparece en el DRAE.

10.2.- MACRO ESTRUCTURA	
Oración	Significado
¿QUÉ HACE FALTA? ¿GUARIMBEROS?	Oraciones interrogativas dirigidas directamente a la población para que decidan sobre una situación presentada. Una pregunta que responde con otra interrogante. La primera pregunta se refiere a la carencia o privación de algo y la segunda, como respuesta, se refiere al ámbito político que representa: “paralizar el juego”; podría hablarse de personas que provocarían la paralización de un parte importante de la población como forma de protesta.
¿O POLÍTICOS RESPONSABLES?	Oración interrogativa continuación de la anterior, forma parte de una respuesta planteada en forma de pregunta. La frase habla de las personas pertenecientes a la doctrina política; que intervienen en las cosas del gobierno y negocios del Estado de manera de que puedan responder por algo o por alguien.
PARA QUE SE PROFUNDICE LA REVOLUCIÓN	Oración que denota una acción probable de ganar el partido del oficialismo. La frase infiere que se discurrirá con la mayor atención y se examinará algo para llegar a su perfecto conocimiento. En este caso, el cambio violento en las instituciones políticas, económicas o sociales de una nación.
VOTA PSUV	Oración que refiere la acción que deben realizar los ciudadanos y por quien deben votar. La oración infiere que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso <i>Partido Socialista Unido de Venezuela</i> , la cual se conoce por sus siglas PSUV.

10.3.- TÓPICO

El contenido de la presente propaganda fue planteada en forma de varias preguntas la cual se refiere a la carencia o privación de algo. Preguntando a la población si quieren que se “paralice el juego”; podría hablarse de personas que provocarían la paralización de un parte importante de la población como forma de protesta.

Proponiendo dentro de otra pregunta que se podría estar mejor, si la población vota por el conjunto de personas pertenecientes a la doctrina política; que intervienen en las cosas del gobierno y negocios del Estado, obligados a responder de algo o por alguien.

De manera de discurrir con la mayor atención el cambio violento en las instituciones políticas, económicas o sociales de una nación. Es por esto, que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso *Partido Socialista Unido de Venezuela*, la cual se conoce por sus siglas PSUV.

INFOGRAFÍA 12			(1 de 2)
Palabra	12.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Pueblo	Grupo de personas que residen en una región gobernada de manera independiente.		(1) Ciudad o villa. (2) Población de menor categoría. (3) Conjunto de personas de un lugar, región o país. (4) País con gobierno independiente.
Mayoría	Grupo que compone grandes cantidades de algo, sobreponiéndose ante otras.		(3) Mayor número de votos conformes en una votación. (4) Parte mayor de las personas que componen una nación, ciudad o cuerpo. <i>Seguir la opinión de la mayoría.</i> (5) La mayor parte de un número o de una serie de cosas que se expresa.
Vota	Acción realizada para elegir a un candidato en representación de un Estado, País o Región. Aplica también para cualquier ente que requiera elegir un presidente o representante.		Del verbo Votar . (1) Dicho de una persona: Dar su voto o decir su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas. (2) Aprobar por votación.
PSUV	Siglas de Partido Político Venezolano llamado: Partido Socialista Unido de Venezuela .		No aparece en el DRAE.
Sosteniendo	Aguantar algo para evitar su caída.		Gerundio del verbo Sostener ; (1) Sustentar, mantener firme algo. (2) Sustentar o defender una proposición. (4) Prestar apoyo, dar aliento o auxilio. (5) Dar a alguien lo necesario para su manutención. (6) Mantener, proseguir.
Columna	Red ósea que representa la base principal del cuerpo humano.		(4) Persona o cosa que sirve de amparo, apoyo o protección. quinta... (1) Grupo organizado que en un país en guerra actúa clandestinamente en favor del enemigo.

INFOGRAFÍA 12			(2 de 2)
Palabra	12.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Guarimba	Acción de generar caos en un sitio por una inconformidad de orden político.		No aparece en el DRAE. Lexía venezolana que significa “refugio” en un antiguo juego infantil. En el ámbito político sustituyó el significado original de la palabra, por la actividad que representaba: “paralizar el juego”.
Terrorismo	Actos de violencia que ocurren en un territorio con el fin de generar miedo entre la población.		(1) Dominación por el terror. (2) Sucesión de actos de violencia ejecutados para infundir terror.
Golpe	Impacto dado con un alto contenido de fuerza sobre una superficie.		(1) Acción y efecto de golpear. (2) Movimiento rápido y brusco. (3)... de Estado (1) Actuación violenta y rápida, generalmente por fuerzas militares o rebeldes, por la que un grupo determinado se apodera o intenta apoderarse de los resortes del gobierno de un Estado, desplazando a las autoridades existentes.
Estado	Espacio delimitado dentro de un país.		(5) Conjunto de los órganos de gobierno de un país soberano.
Debilucho	Que no posee fuerza ni consistencia para poder mantenerse de pie.		Del despectivo de Débil ; (1) De poco vigor o de poca fuerza o resistencia. (2) Que por flojedad de ánimo cede fácilmente ante la insistencia o el afecto. (3) Escaso o deficiente, en lo físico o en lo moral.
Asamblea	Grupo de dirigentes políticos que se reúnen para debatir temas de interés nacional. Así como se define como la estructura arquitectónica donde se reúnen partidarios políticos para debatir temas de interés nacional.		(1) Reunión numerosa de personas para discutir determinadas cuestiones y adoptar decisiones sobre ellas. (2) Órgano político constituido por numerosas personas que asumen total o parcialmente el poder legislativo. (3) Reunión que en situaciones especiales asume todos los poderes.

12.2.- MACRO ESTRUCTURA	
Oración	Significado
El Pueblo es Mayoría	Oración afirmativa que denota con seguridad un hecho a manera de título de la propaganda. La frase infiere que la población de menor categoría constituyen el mayor número de votos conformes en una votación.
Sosteniendo la quinta columna: guarimba terrorismo, golpe de estado...	Oración que describe una acción la cual es discriminatoria para los que conforman el grupo opositor. La oración habla de sustentar, mantener firme a un grupo organizado que, en un país en guerra actúa clandestinamente en favor del enemigo. En este caso una persona o cosa que sirva de amparo, apoyo o protección. Mencionan en el ámbito político la actividad que representa “paralizar el juego”, la dominación por el terror. Actuación violenta y rápida, generalmente por fuerzas militares o rebeldes, por la que un grupo determinado se apodera o intenta apoderarse de los resortes del gobierno de un Estado, desplazando a las autoridades existentes.
¡Te veo debilucho! ¡La mayoría somos nosotros!	Oraciones exclamativas, la primera es despectiva ante otra persona, en cambio la segunda oración afirma una acción contraria. La primera frase habla de una persona de poco vigor o de poca fuerza o resistencia. Que por flojera de ánimo cede fácilmente ante la insistencia o el afecto. La segunda oración se refiere al mayor número de votos conformes en una votación, en este caso, representa el mayor número de sus partidarios.
El Pueblo ¡Pa´ la Asamblea!	La presente oración afirma a la población de menor categoría o conjunto de personas de un lugar, región o país a conformar una reunión numerosa de personas para discutir determinadas cuestiones y adoptar decisiones sobre ellas, conocido también como el órgano político constituido por numerosas personas que asumen total o parcialmente el poder legislativo.
VOTA PSUV	Oración que refiere la acción que deben realizar los ciudadanos y por quien deben votar. La oración infiere que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso <i>Partido Socialista Unido de Venezuela</i> , la cual se conoce por sus siglas PSUV.

12.3.- TÓPICO

La presente propaganda expuesta de forma de caricatura infiere que la población de menor categoría constituyen el mayor número de votos conformes en una votación.

Representan una persona y una especie de figura gris con cachos la cual está levantando algo sobre sus manos. La oración que expresa esta figura gris habla de sustentar, mantener firme a un grupo organizado que en un país en guerra actúa clandestinamente en favor del enemigo. Mencionan en el ámbito político la actividad que representa “paralizar el juego”, la dominación por el terror. Actuación violenta y rápida, generalmente por fuerzas militares o rebeldes, por la que un grupo determinado se apodera o intenta apoderarse de los resortes del gobierno de un Estado, desplazando a las autoridades existentes.

La próxima frase la dice la figura de la persona la cual infiere acerca de una persona de poco vigor o de poca fuerza o resistencia. Que por flojera de ánimo cede fácilmente ante la insistencia o el afecto; y se refiere que el mayor número de votos conformes en una votación, en este caso, representa el mayor número de sus partidarios.

La siguiente imagen la menciona un grupo de personas y afirma a la población de menor categoría o conjunto de personas de un lugar, región o país a conformar una reunión numerosa de personas para discutir determinadas cuestiones y adoptar decisiones sobre ellas, conocido también como el órgano político constituido por numerosas personas que asumen total o parcialmente el poder legislativo.

La oración infiere que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso *Partido Unido de Venezuela*, la cual se conoce por sus siglas PSUV.

INFOGRAFÍA 13			(1 de 5)
Palabra	13.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Pueblo	Grupo de personas que residen en una región gobernada de manera independiente.		(1) Ciudad o villa. (2) Población de menor categoría. (3) Conjunto de personas de un lugar, región o país. (4) País con gobierno independiente.
Parlatino	Referente al Parlamento.		No existe en el DRAE. Abreviatura de Parlamento Latinoamericano : Organismo Intergubernamental de ámbito regional, permanente y unicameral integrado por los congresos y asambleas legislativas nacionales de Latinoamérica electas democráticamente. Según uno de los párrafos de la declaración de Lima en su institucionalización, es una "(...) institución democrática de carácter permanente, representativa de todas las tendencias políticas existentes en nuestros cuerpos legislativos; y está encargada de promover, armonizar y canalizar el movimiento hacia la integración".
Expandir	Algo que crece en espacio y tiempo.		Extender, dilatar, ensanchar, difundir.
Profundizar	Ahondar dentro de algo. Llegar al fondo de un asunto o idea.		(1) Discurrir con la mayor atención y examinar o penetrar algo para llegar a su perfecto conocimiento. (2) Sin. Ahondar.
Participación	Formar parte de un evento o situación		Acción y efecto del verbo Participar : (1) Dicho de una persona: Tomar parte en algo. (2) Recibir una parte de algo. (3) Compartir, tener las mismas opiniones, ideas, etc., que otra persona. <i>Participa de sus pareceres</i> . (4) Tener parte en una sociedad o negocio o ser socio de ellos. (5) Dar parte, noticiar, comunicar.

INFOGRAFÍA 13			(2 de 5)
Palabra	13.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Batallas	Luchas que se deben combatir.		(1) dar la...: Arrostrar las dificultades de un asunto. Arrostrar: (1) Hacer cara, resistir, sin dar muestras de cobardía, a las calamidades o peligros. (2) Sufrir o tolerar a alguien o algo desagradable.
Promoción	Promover un evento, idea, creencia con el fin de ganar adeptos o clientes.		(1) Acción y efecto del verbo Promover: (a) Iniciar o impulsar una cosa o un proceso, procurando su logro. (b) Levantar o elevar a alguien a una dignidad o empleo superior al que tenía. (c) Tomar la iniciativa para la realización o el logro de algo. (3) Elevación o mejora de las condiciones de vida, de productividad, intelectuales, etc. (4) Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.
Defensa	Protegerse de algo o de alguien que lo ha atacado.		Acción y efecto de defender o defenderse . (3) Amparo, protección, socorro. (6) Mecanismo natural por el que un organismo se protege de agresiones externas.
Democracia	Sistema político donde se le da autonomía al pueblo.		(1) Doctrina política favorable a la intervención del pueblo en el gobierno. (2) Predominio del pueblo en el gobierno político de un Estado.
Justicia	Conjunto de normas para mantener la armonía dentro de una población, comunidad, nación, entre otros.		(1) Una de las cuatro virtudes cardinales, que inclina a dar a cada uno lo que le corresponde o pertenece. (2) Derecho, razón, equidad. (3) Conjunto de todas las virtudes, por el que es bueno quien las tiene. (4) Aquello que debe hacerse según derecho o razón. <i>Pido justicia</i> . (5) Pena o castigo público. (6) hacer... a alguien: Obrar en razón con él o tratarle según su mérito, sin atender a otro motivo, especialmente cuando hay competencia y disputa.

INFOGRAFÍA 13			(3 de 5)
Palabra	13.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Social	Proveniente de los problemas de la sociedad o comunidad.		(1) Perteneciente o relativo a la Sociedad : (1) Reunión mayor o menor de personas, familias, pueblos o naciones. (2) Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.
Integración	Acción de unir varias cosas o a varias personas para afianzar lazos.		Acción y efecto del verbo Integrar : (1) Dicho de las partes: Constituir un todo. (2) Completar un todo con las partes que faltaban. (3) Hacer que alguien o algo pase a formar parte de un todo. (4) comprender, contener. <i>La coalición ganadora integraba liberales y socialistas.</i> (5) Aunar, fusionar dos o más conceptos, corrientes, etc., divergentes entre sí, en una sola que las sintetice. <i>El nuevo enfoque integra las dos teorías anteriores.</i>
Latinoamericano	Personas nacidas en el Continente Latinoamericano.		Se dice del conjunto de los países de América colonizados por naciones latinas , es decir, España, Portugal o Francia. Latina : (7) Natural de los pueblos de Europa y América en que se hablan lenguas derivadas del latín .
Paz	Tranquilidad absoluta.		(1) Situación y relación mutua de quienes no están en guerra. (2) Pública tranquilidad y quietud de los Estados, en contraposición a la guerra o a la turbulencia. (3) Tratado o convenio que se concuerda entre los gobernantes para poner fin a una guerra. (4) Sosiego y buena correspondencia de unas personas con otras, especialmente en las familias, en contraposición a las disensiones, riñas y pleitos. (5) Reconciliación, vuelta a la amistad o a la concordia. (6) Virtud que pone en el ánimo tranquilidad y sosiego, opuestos a la turbación y las pasiones. (7) Genio pacífico, sosegado y apacible.

INFOGRAFÍA 13 (4 de 5)		
Palabra	13.1- SIGNIFICANTE /	SIGNIFICADO
Liderazgo	Persona que sobresale de un grupo con el fin de guiarlos a todos.	(1) Liderato: Condición de Líder: Persona a la que un grupo sigue, reconociéndola como jefe u orientadora. (2) Ejercicio de sus actividades.
Concitado	TÉRMINO DESCONOCIDO.	Del verbo Concitar: (1) Conmover, instigar a alguien contra otra persona. (2) Excitar inquietudes y sediciones en el ánimo de los demás. (3) Reunir, congregar.
Imbricado	TÉRMINO DESCONOCIDO.	Del verbo Imbricar: Disponer una serie de cosas iguales de manera que queden superpuestas parcialmente, como las escamas de los peces.
Ultraderecha	Que forman parte de los partidos políticos de ideología radical o extremista.	Derecha política de ideología radical o extremista. Derecha: (26) Conjunto de personas que profesan ideas conservadoras. Conservador: (2) Dicho de una persona, de un partido, de un gobierno, etc., especialmente favorables a la continuidad en las formas de vida colectiva, y adversas a los cambios bruscos o radicales.
Optar	Poder elegir entre varias cosas.	Escoger algo entre varias cosas.
Vencer	Ganar una batalla.	(1) Sujetar, derrotar o rendir al enemigo. (3) Aventajarse o salir preferido, o exceder en algún concepto, en competencia o comparación con alguien. (4) Sujetar o rendir las pasiones y afectos, reduciéndolos a la razón. (5) Superar las dificultades o estorbos, obrando contra ellos. (6) Dicho de una cosa, incluso inmaterial: Prevalecer sobre otra. (7) Dicho de una persona: Atraer o reducir a otra de modo que siga su dictamen o deseo.
Morir	Perder la vida.	(1) Llegar al término de la vida. (2) Dicho de una cosa: Llegar a su término. (5) Dicho de una cosa: Cesar en su curso, movimiento o acción.

INFOGRAFÍA 13		(5 de 5)
Palabra	13.1- SIGNIFICANTE	SIGNIFICADO
Vota	Acción realizada para elegir a un candidato en representación de un Estado, País o Región. Aplica también para cualquier ente que requiera elegir un presidente o representante.	Del verbo Votar . (1) Dicho de una persona: Dar su voto o decir su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas. (2) Aprobar por votación.
PSUV	Siglas de Partido Político Venezolano llamado: Partido Socialista Unido de Venezuela .	No aparece en el DRAE.

13.2.- MACRO ESTRUCTURA		(1 de 3)
Oración	Significado	
EL PUEBLO ¡PAL´ PARLATINO!	Oración exclamativa que infiere una emoción a transmitir a los receptores. La oración exclama que un conjunto de personas de un lugar, región o país irán al Organismo Intergubernamental de ámbito regional, permanente y unicameral integrado por los congresos y asambleas legislativas nacionales de Latinoamérica electas democráticamente.	
Es natural que la Revolución Bolivariana procure expandir y profundizar la participación de Venezuela en el Parlamento Latinoamericano.	Oración que denota una acción probable de ganar las elecciones por mayoría. La oración infiere que es normal que los cambios violentos en las instituciones políticas, económicas o sociales de Venezuela se procuren extender, dilatar, ensanchar, difundir; así como discurrir con la mayor atención y examinar o penetrar algo para llegar a su perfecto conocimiento; y para lograr esto se debe tener parte en una sociedad o negocio o ser socio de ellos, es este caso en el Organismo Intergubernamental de ámbito regional, permanente y unicameral integrado por los congresos y asambleas legislativas nacionales de Latinoamérica electas democráticamente.	

13.2.- MACRO ESTRUCTURA		(2 de 3)
Oración	Significado	
<p>El Parlamento Latinoamericano es un espacio internacional que debe ser aprovechado para librar mayores batallas en promoción y defensa de la Revolución Bolivariana, de la democracia, la justicia social, la integración latinoamericana y la paz.</p>	<p>Oración descriptiva que explica la situación del país ante los receptores.</p> <p>La oración se refiere al Organismo Intergubernamental de ámbito regional, permanente y unicameral integrado por los congresos y asambleas legislativas nacionales de Latinoamérica electas democráticamente como un espacio que debe ser aprovechado para hacer cara, resistir, sin dar muestras de cobardía, a las calamidades o peligros como acto de iniciar o impulsar una cosa o un proceso, procurando su logro en este caso de la Revolución Bolivariana; la doctrina política favorable a la intervención del pueblo en el gobierno; el derecho, razón, equidad de la sociedad; constituir un todo con las partes que faltaban, en este caso, el conjunto de los países de América colonizados por naciones latinas, es decir, España, Portugal o Francia¹; por último lograr una pública tranquilidad y quietud de los Estados, en contraposición a la guerra o a la turbulencia.</p>	
<p>Los cambios democráticos y revolucionarios en Venezuela, bajo el liderazgo del Presidente Hugo Chávez Frías, han concitado e imbricado la reacción desestabilizadora, difamatoria y violenta del Imperio y de la ultraderecha internacional...</p>	<p>Texto que explican una situación planteada por un sector de la población en apoyo a una política específica.</p> <p>La frase implica que los cambios de la doctrina política favorable a la intervención del pueblo en el gobierno, así como los cambios violentos en las instituciones políticas, económicas o sociales de Venezuela, bajo la persona a la que un grupo sigue, reconociéndola como jefe u orientadora, en este caso el Presidente Hugo Chávez Frías, sus acciones se tratan de conmovir, instigar a alguien contra otra persona, así como de disponer una serie de cosas iguales de manera que queden superpuestas parcialmente. Este ha producido una serie de eventos por parte de un conjunto de personas, de un partido, de un gobierno favorable a la continuidad en las formas de vida colectiva, y adversas a los cambios bruscos o radicales.</p>	

¹¹ El término Latinoamericano es utilizado de manera incorrecta por la ciudadanía venezolana, adjudicándole un concepto muy diferente al que realmente representa. El expuesto en la Microestructura y en la Macroestructura, son los conceptos correctos del término.

13.2.- MACRO ESTRUCTURA		(3 de 3)
Oración	Significado	
¡NO PODEMOS OPTAR ENTRE VENCER O MORIR, NECESARIO ES VENCER!	<p>Oración que denota una exclamación contundente que tiende a crear incertidumbre entre los receptores.</p> <p>La oración infiere de forma negativa que se debe escoger algo entre varias cosas; en este caso sujetar, derrotar o rendir al enemigo o llegar al término de la vida.</p>	
VOTA PSUV	<p>Oración que refiere la acción que deben realizar los ciudadanos y por quien deben votar.</p> <p>La oración infiere que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso <i>Partido Unido de Venezuela</i>, la cual se conoce por sus siglas PSUV.</p>	

13.3.- TÓPICO
<p>La presente propaganda es una especie de carta redactada a los receptores de manera de explicar la situación de Venezuela ante el Parlamento Latinoamericano. La misma explica que es normal que los cambios violentos en las instituciones políticas, económicas o sociales de Venezuela se procuren extender, dilatar, ensanchar, difundir al Organismo Intergubernamental de ámbito regional, permanente y unicameral integrado por los congresos y asambleas legislativas nacionales de Latinoamérica electas democráticamente. Por otro lado expone que Organismo Intergubernamental de ámbito regional, permanente y unicameral integrado por los congresos y asambleas legislativas nacionales de Latinoamérica electas democráticamente como un espacio que debe ser aprovechado para hacer cara, resistir, sin dar muestras de cobardía, a las calamidades o peligros como acto de iniciar o impulsar una cosa o un proceso, procurando su logro en este caso de la Revolución Bolivariana. Explica también que los cambios de la doctrina política favorable a la intervención del pueblo en el gobierno, así como los cambios violentos en las instituciones políticas, económicas o sociales de Venezuela, bajo la persona a la que un grupo sigue, reconociéndola como jefe u orientadora, en este caso el Presidente Hugo Chávez Frías, han producido una serie de eventos negativos por parte de un conjunto de personas, de un partido con respecto a la continuidad en las formas de vida colectiva, y adversas a los cambios bruscos o radicales. Por último la oración de cierre implica de forma negativa que se debe escoger algo entre varias cosas; en este caso sujetar, derrotar o rendir al enemigo o llegar al término de la vida.</p>

INFOGRAFÍA 14			(1 de 3)
Palabra	14.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Ley	Norma que rige un pueblo, estado o nación para mantener el orden dentro de la misma.		(1) Regla y norma constante e invariable de las cosas, nacida de la causa primera o de las cualidades y condiciones de las mismas. (2) Precepto dictado por la autoridad competente, en que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia y para el bien de los gobernados.
Consejos	Grupo de personas que se reúnen para debatir un tema de interés para una población.		(1) Parecer o dictamen que se da o toma para hacer o no hacer algo. (2) Órgano colegiado con la función de informar al Gobierno o a la Administración sobre determinadas materias.
Comunales	Grupo de personas que habitan en propiedades colectivas.		(1) Perteneciente o relativo a la comuna. (2) Conjunto de personas que viven en comunidad económica, a veces sexual, al margen de la sociedad organizada. (3) Forma de organización social y económica basada en la propiedad colectiva y en la eliminación de los tradicionales valores familiares.
Consolida	Hacer más fuerte algo o alguien.		Del verbo Consolidar ; (1) Dar firmeza y solidez a algo. (3) Reunir, volver a juntar lo que antes se había quebrado o roto, de modo que quede firme. (4) Asegurar del todo, afianzar más y más algo, como la amistad, la alianza, etc.
Participación	Formar parte de un evento o situación.		Acción y efecto del verbo Participar : (1) Dicho de una persona: Tomar parte en algo. (2) Recibir una parte de algo. (3) Compartir, tener las mismas opiniones, ideas, etc., que otra persona. <i>Participa de sus pareceres</i> . (4) Tener parte en una sociedad o negocio o ser socio de ellos. (5) Dar parte, noticiar, comunicar.
Desarrollo	Crecimiento laboral, económico, político, cultural, profesional.		Evolución progresiva de una economía hacia mejores niveles de vida.

INFOGRAFÍA 14			(2 de 3)
Palabra	14.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Profundiza	Ahondar dentro de algo. Llegar al fondo de un asunto o idea.		Discurrir con la mayor atención y examinar o penetrar algo para llegar a su perfecto conocimiento. Sin. Ahondar.
Democracia	Sistema político donde se le da autonomía al pueblo.		(1) Doctrina política favorable a la intervención del pueblo en el gobierno. (2) Predominio del pueblo en el gobierno político de un Estado.
Refuerza	Del verbo reforzar, que indica la inclusión de nuevos elementos a algún objeto o idea para hacerla más resistente.		Del verbo Reforzar ; (1) Engrosar o añadir nuevas fuerzas o fomento a algo. (2) Fortalecer o reparar lo que padece ruina o detrimento. (3) Animar, alentar, dar espíritu.
Ciudadanos	Grupo de personas que conforman una localidad, región o país.		(1) Natural o vecino de una ciudad. (2) Perteneciente o relativo a la ciudad o a los ciudadanos. (3) Habitante de las ciudades antiguas o de Estados modernos, como sujeto de derechos políticos y que interviene, ejercitándolos, en el gobierno del país. (4) Hombre bueno.
Convertirlos	Transformar una cosa en algo distinto.		Del Verbo Convertir . Hacer que alguien o algo se transforme en algo distinto de lo que era.
Transformación	Convertir un objeto o una ideología en otra.		Acción y efecto del verbo Transformar ; (1) Hacer cambiar de forma a alguien o algo. (2) Transmutar algo en otra cosa. (3) Hacer mudar de porte o de costumbres a alguien.
Social	Proveniente de la sociedad, entendiéndose como el grupo de personas que conforman una región o país.		(1) Perteneciente o relativo a la Sociedad : (1) Reunión mayor o menor de personas, familias, pueblos o naciones. (2) Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.

INFOGRAFÍA 14			(3 de 3)
Palabra	14.1- SIGNIFICANTE	/	SIGNIFICADO
Conquistas	Ganancias que se han obtenido a través del tiempo y con cantidad de luchas por delante.		Plural de Conquista: acción y efecto del verbo Conquistar ; (1) Ganar, mediante operación de guerra, un territorio, población, posición, etc. (2) Ganar, conseguir algo, generalmente con esfuerzo, habilidad o venciendo algunas dificultades. Conquistar una posición social elevada. (3) Dicho de una persona: Ganar la voluntad de otra, o traerla a su partido.
Pueblo	Grupo de personas que residen en una región gobernada de manera independiente.		(1) Ciudad o villa. (2) Población de menor categoría. (3) Conjunto de personas de un lugar, región o país. (4) País con gobierno independiente.
Legislador	Referente a legislar. Crear nuevas leyes.		Que legisla. Legislar ; Dar, hacer o establecer leyes.
Vota	Acción realizada para elegir a un candidato en representación de un Estado, País o Región. Aplica también para cualquier ente que requiera elegir un presidente o representante.		Del verbo Votar . (1) Dicho de una persona: Dar su voto o decir su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas. (2) Aprobar por votación.
PSUV	Siglas de Partido Político Venezolano llamado: Partido Socialista Unido de Venezuela .		No aparece en el DRAE.

14.2.- MACRO ESTRUCTURA	
Oración	Significado
LEY DE LOS CONSEJOS COMUNALES	Oración que implica el nombre de una ley. El texto infiere que se trata de una regla y norma constante e invariable de las cosas, nacida de la causa primera o de las cualidades y condiciones de las mismas conocida también como el precepto dictado por la autoridad competentes, en el que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia y para el bien de los gobernados, la cual está dirigida al órgano colegiado con la función de informar al Gobierno o a la Administración sobre determinadas materias a través del conjunto de personas que viven en comunidad económica, a veces sexual, al margen de la sociedad organizada basada en la propiedad colectiva y en la eliminación de los tradicionales valores familiares.
Consolida el Poder Popular,...	Oración que denota un hecho claro y preciso ante un sujeto. La frase infiere que se debe dar firmeza y solidez a algo, asegurar del todo, afianzar más y más la facultad o potencia de las clases sociales menos favorecidas, de los menos dotados económica o culturalmente.
Profundiza la Democracia,...	Oración que infiere un hecho ante un sistema de gobierno. La frase infiere que se debe discurrir con la mayor atención y examinar o penetrar algo para llegar a su perfecto conocimiento. En este caso, se refiere a una doctrina política favorable a la intervención del pueblo en el gobierno donde predomina el pueblo en el gobierno político de un Estado.
Refuerza en la gente su condición de ciudadanos,...	Oración que denota una acción, como una promesa a la ciudadanía. La oración dice aclara que hay que engrosar o añadir nuevas fuerzas o fomento a algo, así como animar, alentar, dar espíritu a habitantes de las ciudades antiguas o de Estados modernos, como sujeto de derechos políticos y que intervienen; ejercitándolos, en el gobierno del país, con el fin de hacer que se transformen en algo distinto de lo que eran.
VOTA POR LAS CONQUISTAS DEL PUEBLO LEGISLADOR	Oración que invita a la población a votar por un hecho en específico. La oración infiere en dar un voto o decir un dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas para ganar, mediante operación de guerra un territorio, población o posición; así como con esfuerzo, habilidad o venciendo algunas dificultades a la población de menor categoría o conjunto de personas de un lugar, región o país creadores de leyes.
VOTA PSUV	Oración que refiere la acción que deben realizar los ciudadanos y por quien deben votar. La oración infiere que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso <i>Partido Unido de Venezuela</i> , la cual se conoce por sus siglas PSUV.

14.3.- TÓPICO

El contenido de la presente propaganda propone una regla y norma constante e invariable de las cosas, nacida de la causa primera o de las cualidades y condiciones de las mismas conocida también como el precepto dictado por la autoridad competentes, en el que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia y para el bien de los gobernados; la cual está dirigida al órgano con la función de informar al Gobierno o a la Administración sobre determinadas materias, a través del conjunto de personas que viven al margen de la sociedad organizada basada en la propiedad colectiva y en la eliminación de los tradicionales valores familiares.

Dicha ley propone que se debe dar firmeza y solidez a algo, asegurar del todo, afianzar más y más la facultad o potencia de las clases sociales menos favorecidas, de los menos dotados económica o culturalmente. Discurrir con la mayor atención o penetrar una doctrina política favorable a la intervención del pueblo en un Estado.

Engrosar o añadir nuevas fuerzas o fomento a algo, así como animar, alentar, dar espíritu a los habitantes de las ciudades antiguas o de Estados modernos, como sujeto de derechos políticos; ejercitándolos, en el gobierno del país, con el fin de hacer que se transformen en algo distinto de lo que eran.

Es por esto que los electores deben dar su voto o decir un dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas para ganar, mediante operación de guerra un territorio, población o posición; así como con esfuerzo, habilidad o venciendo algunas dificultades, a la población de menor categoría o conjunto de personas de un lugar, región o país creadores de leyes, a través del partido político referido, en este caso *Partido Unido de Venezuela*, la cual se conoce por sus siglas PSUV.

INFOGRAFÍA 19		
Palabra	19.1- SIGNIFICANTE	/ SIGNIFICADO
Frente	Estar delante de algo o alguien.	(5) Coalición de partidos políticos, organizaciones, etc.
Trabajadores	Grupo de personas que ejercen labores en una empresa o institución con el fin de obtener una ganancia.	(1) Que trabaja. (2) Muy aplicado al trabajo. (3) Jornalero, obrero.
Petroquímicos	Referente a la industria petrolera.	(1) Perteneciente o relativo a la industria que utiliza el petróleo o el gas natural como materias primas para la obtención de productos químicos.
Vota	Acción realizada para elegir a un candidato en representación de un Estado, País o Región. Aplica también para cualquier ente que requiera elegir un presidente o representante.	Del verbo Votar . (1) Dicho de una persona: Dar su voto o decir su dictamen en una reunión o cuerpo deliberante, o en una elección de personas. (2) Aprobar por votación.
PSUV	Siglas de Partido Político Venezolano llamado: Partido Socialista Unido de Venezuela .	No aparece en el DRAE.

19.2.- MACRO ESTRUCTURA	
Oración	Significado
Frente de Trabajadores Petroquímicos	<p>Enunciado que hace mención de un grupo organizado de personas.</p> <p>La oración se refiere a la coalición de partidos políticos, organizaciones; los cuales son muy aplicados al trabajo perteneciente o relativo a la industria que utiliza el petróleo o el gas natural como materias primas para la obtención de productos químicos.</p>
VOTA PSUV	<p>Oración que refiere la acción que deben realizar los ciudadanos y por quien deben votar.</p> <p>La oración infiere que los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso <i>Partido Socialista Unido de Venezuela</i>, la cual se conoce por sus siglas PSUV.</p>

19.3.- TÓPICO
<p>La presente propaganda está dirigida a la coalición de partidos políticos, organizaciones; los cuales son muy aplicados al trabajo perteneciente o relativo a la industria que utiliza el petróleo o el gas natural como materias primas para la obtención de productos químicos.</p> <p>De igual manera se invita a los electores deben dar su voto en una elección de personas, específicamente al partido político referido, en este caso <i>Partido Unido de Venezuela</i>, la cual se conoce por sus siglas PSUV.</p>

ESTILO LÉXICO (1 de 3)		
PALABRAS DE OPINIÓN (Positivas Vs. Negativas)		
INFOGRAFÍA	POSITIVAS	NEGATIVAS
1	<ul style="list-style-type: none"> • UN SENTIMIENTO QUE LATE EN EL CORAZÓN DE VENEZUELA. • CON CHÁVEZ EL PUEBLO ¡PA´ LA ASAMBLEA! 	No hay presencia.
2 (5 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> • CIRCO LEGISLATIVO Opositor • LEY DE LA EXCLUSIÓN POPULAR • Las comunidades organizadas no estarían capacitadas para gestionar su desarrollo local. • Con esta ley el Poder Popular dejaría de existir de plumazo. • Para ellos es mejor olvidarse de la participación protagónica del Pueblo y volver a ser como éramos antes: dependientes e ignorados.
3	<ul style="list-style-type: none"> • OJO PELAO EL 26 S • ¡EL PUEBLO PA´ LA ASAMBLEA! • VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantar Fraude • Desacreditar el Poder Electoral. • Desestabilizar al país.
5...	<ul style="list-style-type: none"> • EL DECÁLOGO DE LA VICTORIA • 10 RAZONES PARA VOTAR POR LA REVOLUCIÓN ESTE 26 DE SEPTIEMBRE • Por Chávez. • Por la continuidad del proceso revolucionario. • Por la defensa de las misiones.... • Por tomar en cuenta la voz del pueblo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si la oposición llegara a la Asamblea en el 2010 haría todo lo posible por destruir la conexión entre el Presidente y el Pueblo, de cara a las elecciones presidenciales del 2012. • La agenda parlamentaria de la oposición quiere “reformular” las leyes existentes, un eufemismo tras el cual esconden su intención real: exterminar la institucionalidad de la Revolución

ESTILO LÉXICO (2 de 3)		
PALABRAS DE OPINIÓN (Positivas Vs. Negativas)		
INFOGRAFÍA	POSITIVAS	NEGATIVAS
...5	<ul style="list-style-type: none"> • Por la administración de los recursos nacionales en beneficio del pueblo. • Por la protección de los recursos naturales y del medio ambiente. • Por la paz. • Por la unidad interna de las fuerzas bolivarianas. • Por el futuro. Solo la Revolución puede hacer posible un país de oportunidades para todos:... • Por la consolidación del proyecto integracionista latinoamericano. 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿A dónde irían a parar los consejos comunales y el poder popular si la oposición llegara a la Asamblea? • La apertura petrolera (...) ejemplos de cómo se legisló en el pasado a favor de los oligarcas y las grandes trasnacionales. • Los indígenas, guardianes (...)¿Se ocuparían los oligarcas de legislar para ellos si llegan al poder? • A los guarimberos, a los responsables del paro petrolero, a los golpistas, no les animaría otro sentimiento que la venganza para imponer, reprimiendo al pueblo, el viejo orden burgués. • Un triunfo opositor envalentonaría al Imperio para acometer alguno de sus zarpazos.
9	<ul style="list-style-type: none"> • ANZOÁTEGUI SE MOVILIZA EN APOYO A LOS CANDIDATOS DEL PUEBLO • EL PUEBLO PA´ LA ASAMBLEA • ESTE 26 DE SEPTIEMBRE EN ANZOÁTEGUI VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> • CONTRA LA OPOSICIÓN GOLPISTA
10 (6 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • ¿O POLITICOS RESPONSABLES? • PARA QUE SE PROFUNDICE LA REVOLUCIÓN • VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> • 2005 (HACE 5 AÑOS) "...una retirada casi masiva de candidatos de la oposición para las próximas elecciones parlamentarias ha generado una crisis..." • ¿QUÉ HACE FALTA? ¿GUARIMBEROS?

ESTILO LÉXICO (3 de 3)		
PALABRAS DE OPINIÓN (Positivas Vs. Negativas)		
INFOGRAFÍA	POSITIVAS	NEGATIVAS
12 (3 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • El Pueblo es Mayoría • VOTA PSUV • ¡Te veo debilucho! ¡La mayoría somos nosotros! • El Pueblo ¡Pa la Asamblea! 	<ul style="list-style-type: none"> • Sosteniendo la quinta columna: guarimba, terrorismo, golpe de estado...
13	<ul style="list-style-type: none"> • EL PUEBLO ¡PAL´ PARLATINO! • Es natural que la Revolución Bolivariana procure expandir y profundizar la participación de Venezuela en el Parlamento Latinoamericano. • Los cambios democráticos y revolucionarios en Venezuela, bajo el liderazgo del Presidente Hugo Chávez Frías,... • Venezuela es el único país del Continente donde su propio pueblo elige directamente a los Diputados al Parlamento Latinoamericano e incluye en sus listas a candidatos indígenas que combatirán... 	<ul style="list-style-type: none"> • ...con el apoyo abierto de la dictadura mediática global y sus servidores en Venezuela, éstos últimos componentes de la 5ta Columna que infructuosamente pretende minar las sólidas bases populares de la democracia bolivariana.
14 (3 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • Consolida el Poder Popular, propiciando a todos los venezolanos espacios y estructuras de participación para gestionar su desarrollo a nivel local. • Profundiza la democracia, haciendo más horizontales los procesos de toma de decisiones y la asignación de recursos en bien de la comunidad. • Refuerza en la gente su condición de ciudadanos, al convertirlos en sujetos activos de la transformación social. • VOTA POR LAS CONQUISTAS DEL PUEBLO LEGISLADOR • VOTA PSUV 	No hay presencia.
19	<ul style="list-style-type: none"> • VOTA PSUV 	No hay presencia.

ESTRUCTURA RETÓRICA	
INFOGRAFÍA	FRASE
1	<ul style="list-style-type: none"> • UN SENTIMIENTO LATE (Prosopopeya) EN EL CORAZÓN DE VENEZUELA (Personificación) • CON CHAVEZ EL PUEBLO ¡PA´ LA ASAMBLEA! (Sinécdoque) (Exclamación)
2 (5 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • CIRCO LEGISLATIVO OPOSITOR , LEY DE LA EXCLUSIÓN POPULAR (Ironía) • Con esta Ley, el Poder Popular dejaría de existir de un plumazo. (Alegoría)
3	<ul style="list-style-type: none"> • ¿REPETIRÁN EL MISMO GUIÓN? (Interrogación) • OJO PELAO (Metáfora antropomórfica inversa) • ¡EL PUEBLO PA´ LA ASAMBLEA! (Sinécdoque) (Exclamación)
5	<ul style="list-style-type: none"> • ...son hijas de la preocupación... (Personificación) • ¿A dónde irían a parar los consejos comunales (...) a la Asamblea? (Interrogación) • ...constituyen apenas dos ejemplos de cómo se legisló... (Hipérbole tapinosis) • ¿Se ocuparían los oligarcas de legislar (...) poder? (Interrogación) • A los guarimberos, a los responsables del paro petrolero, a los golpistas, no les animaría otro sentimiento que la venganza para imponer, reprimiendo al pueblo, el viejo orden burgués. (Demonización) • Nada más dañino a una Revolución acosada, que la división de sus filas. (Hipérbole aúxesis) • ...un país que dejó de tener en el norte la brújula para enrumbar su destino. (Prosopopeya) • EL PUEBLO ¡PA´ LA ASAMBLEA! (Sinécdoque) (Exclamación)
9	<ul style="list-style-type: none"> • ANZOÁTEGUI SE MOVILIZA EN APOYO A LOS CANDIDATOS... (Personificación) • EL PUEBLO PA´ LA ASAMBLEA (Sinécdoque)
10 (6 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • ¿QUÉ HA CE FALTA? ¿GUARIMBEROS?, ¿O POLÍTICOS RESPONSABLES? (Interrogación) (Paralelismo Antitético) • PARA QUE SE PROFUNDICE LA REVOLUCIÓN (Prosopopeya)

ESTRUCTURA RETÓRICA	
INFOGRAFÍA	FRASE
12 (3 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • El Pueblo es Mayoría (Sinédoque) • ¿Qué está haciendo? (Interrogación) • ¡CATAPLUM!, ¡Te veo debilucho!, ¡La mayoría somos nosotros! (Exclamación) • EL PUEBLO ¡PA´ LA ASAMBLEA! (Sinédoque) (Exclamación)
13	<ul style="list-style-type: none"> • ...Imperio español..., ...Imperio estadounidense... (Antonomasia) • ... es un espacio internacional que debe ser aprovechado para librar mayores batallas... (Alegoría) • El Parlamento Latinoamericano (...) debe ser también una caja de resonancia desde la cual, ... (Prosopopeya) • ¡NO PODEMOS OPTAR ENTRE VENCER O MORIR, NECESARIO ES VENCER! (Exclamación)
14 (3 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • VOTA POR LAS CONQUISTAS DEL PUEBLO LEGISLADOR (Sinédoque)
19	No hay presencia.

ESQUEMAS O SUPERESTRUCTURAS (1 de 3)			
INFOGRAFÍA	ENCABEZADO	ARGUMENTACIÓN	CONCLUSIÓN
1	VOTA PSUV	UN SENTIMIENTO LATE EN EL CORAZÓN DE VENEZUELA	CON CHÁVEZ EL PUEBLO ¡PA' LA ASAMBLEA!
2 (5 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> CIRCO LEGISLATIVO OPOSITOR LEY DE LA EXCLUSIÓN POPULAR 	REVISIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE LOS CONSEJOS COMUNALES Las comunidades organizadas no estarían capacitadas para gestionar su desarrollo local. (...) y volver a ser como éramos antes: dependientes e ignorados.	VOTA PSUV
3	EL LIBRETO OPOSITOR	<ul style="list-style-type: none"> CANTAR FRAUDE DESACREDITAR EL PODER ELECTORAL DESESTABILIZAR AL PAÍS 	<ul style="list-style-type: none"> ¿REPETIRÁN EL MISMO GUIÓN? OJO PEALO EL 26 S ¡EL PUEBLO PA' LA ASAMBLEA! VOTA PSUV
5	<ul style="list-style-type: none"> EL DECÁLOGO DE LA VICTORIA 10 RAZONES PARA VOTAR POR LA REVOLUCIÓN ESTE 26 DE SEPTIEMBRE 	<ol style="list-style-type: none"> Por Chávez.... Por la continuidad del ... Por la defensa de las misiones... Por tomar en cuenta la voz del pueblo... Por la administración de los recursos... Por la protección de los recursos... Por la Paz.... Por la unidad interna... Por el futuro.... Por la consolidación del proyecto... 	<ul style="list-style-type: none"> EL PUEBLO ¡PA' LA ASAMBLEA! VOTA PSUV

ESQUEMAS O SUPERESTRUCTURAS (2 de 3)			
INFOGRAFÍA	ENCABEZADO	ARGUMENTACIÓN	CONCLUSIÓN
9	ANZOÁTEGUI SE MOVILIZA EN APOYO A LOS CANDIDATOS DEL PUEBLO	CONTRA LA OPOSICIÓN GOLPISTA EL PUEBLO PA' LA ASAMBLEA	ESTE 26 DE SEPTIEMBRE EN ANZOÁTEGUI VOTA PSUV
10 (6 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • 2005 (HACE 5 AÑOS) • “una retirada casi masiva de candidatos de la oposición para las próximas elecciones parlamentarias ha generado una crisis” 	¿Qué HACE FALTA? ¿GUARIMBEROS? ¿O POLÍTICOS RESPONSABLES?	<ul style="list-style-type: none"> • PARA QUE SE PROFUNDIZE LA REVOLUCIÓN • VOTA PSUV
12 (3 variantes)	<ul style="list-style-type: none"> • El Pueblo es Mayoría • VOTA PSUV 	<ul style="list-style-type: none"> – ¿Qué está haciendo? – Sosteniendo la quinta columna: guarimba, terrorismo, golpe de estado... – ¡CATAPLUM! – ¡Aaayy... 	<ul style="list-style-type: none"> – ¡Te veo debilucho! ¡La mayoría somos nosotros! – El Pueblo ¡Pa' la Asamblea!
13	EL PUEBLO ¡PAL´ PARLATINO!	Es natural que la Revolución Bolivariana procure expandir y profundizar la participación de Venezuela (...) que marcará la Historia de nuestro continente.	<ul style="list-style-type: none"> • Entonces como dijo José Félix Rivas. ¡NO PODEMOS OPTAR ENTRE VENCER O MORIR, NECESARIO ES VENCER! • VOTA PSUV

ESQUEMAS O SUPERESTRUCTURAS			
			(3 de 3)
INFOGRAFÍA	ENCABEZADO	ARGUMENTACIÓN	CONCLUSIÓN
14 (3 variantes)	LEY DE LOS CONSEJOS COMUNALES	<ul style="list-style-type: none"> • Consolida el Poder Popular,... • Profundiza la Democracia,... • Refuerza en la gente... 	<ul style="list-style-type: none"> • VOTA POR LAS CONQUISTAS DEL PUEBLO LEGISLADOR • VOTA PSUV
19	Frente de Trabajadores Petroquímicos	ESTE 26 DE SEPTIEMBRE	VOTA PSUV

ESTRUCTURAS INTERACTIVAS	
INFOGRAFÍA	COMUNICACIÓN GESTUAL
1	<p>Imagen central de la campaña:</p> <p>Imagen del Presidente de la República del pecho hacia arriba, vestido con camisa de botones de color rojo, y boina roja en su cabeza. El mismo posee el cuerpo erguido, mano izquierda extendida a 45 grados con dirección a la derecha con los dedos extendidos y la palma de la mano dirigida hacia el frente. Sonrisa marcada en su rostro. De fondo, un collage azulado de imágenes de multitudes sonrientes con manos alzadas.</p>
2 (5 variantes)	No hay presencia.
3	No hay presencia.
5	No hay presencia.
9	<p>Composición de 5 imágenes: 4 fotografías de frente y en ángulo elevado hacia 4 diferentes concentraciones multitudinarias de personas en apoyo a la campaña legislativa del PSUV. En las 4 aparece el gobernador de la entidad y en 3 aparecen pancartas alusivas de apoyo a la campaña. En todas ellas las personas fotografiadas saludan sonrientes con uno o los dos brazos en alto y el puño cerrado. En la 5ta foto aparece de medio cuerpo el Presidente de la República montado en alta tarima, vestido con chaqueta tricolor sosteniendo un micrófono en su mano derecha. A su lado, varias personas vestidas todas de rojo, saludan con un brazo levantado y su puño cerrado.</p>
10 (6 variantes)	Imagen parcial de caucho ardiendo en fuego.
12 (3 variantes) ...	<p>Historieta (comics) de 5 cuadros o partes:</p> <p>1ero: Aparece una figura animaloide color gris sin vestimenta y visible obesidad, con dos cuernos, colmillos vampirescos y cola de punta de flecha en forma escalonada hacia abajo, sosteniendo sobre su cabeza con los dos brazos temblorosos, piernas semi flexionadas, boca abierta jadeante y botando gotas de sudor, una roca negruzca. Mira de reojo y maliciosamente a un hombre vestido con gorra roja y camisa roja estampada con</p>

ESTRUCTURAS INTERACTIVAS	
INFOGRAFÍA	COMUNICACIÓN GESTUAL
... 12 (3 variantes)	<p>Símbolo del partido PSUV, que con cara de seriedad le hace una pregunta gesticulando con su mano derecha. El cuadro de su dialogo es rectangular con correcta ortografía.</p> <p>2do: Aparece el humanoide en plano más cercano de la cara hacia arriba, en la misma situación anterior, sudoroso y sosteniendo la roca con brazos temblorosos, pero con ojos más abiertos y brotados; su cuadro de dialogo es tipo estrellado denotando estrés.</p> <p>3ro: Palabra ¡CATAPLUM! Aparece en dirección de texto vertical, en letras mayúsculas, en negrillas y de color amarillo. Haciendo alusión a un fuerte golpe.</p> <p>4to: Aparece el cuerpo del animaloide tapiado casi totalmente (sólo se ven sus piernas y la cola) por cuatro rocas rectangulares de las cuales 3 tienen inscritas las palabras: Terrorismo, Guarimba, Golpe; respectivamente. Sale un cuadro de dialogo del animaloide, de figura redonda. Aparece en ángulo inferior del cuadro imagen de hombre con gorra roja y estampada con el símbolo del PSUV en actitud de conversación. Su cuadro de dialogo es cuadrado.</p> <p>5to: Aparece un collage de diferentes personas: hombres y mujeres, mayoría adultos y una niña, vestidos la mayoría con franela roja estampada con símbolo del PSUV, algunos con gorra roja de mismo estampado y otros con gorra verde militar y estampado de punto rojo de forma poco visible. Algunos de raza morena, otros trigueños y otros blancos. Hombre del cuadro anterior aparece en el grupo en actitud de conversación. Su cuadro de dialogo es rectangular con correcta ortografía.</p>
13	No hay presencia.
14 (3 variantes)	Mujer joven concentrada operando una máquina de coser industrial; vestida con ropa sencilla, camiseta blanca y sobrepuesta rosada; cabello despeinado a medio recoger.
19	Imagen del Presidente de la República del pecho hacia arriba, vestido con camisa de color rojo y debajo de esta franela de igual color. Su cabeza ligeramente inclinada hacia la derecha complementando un “medio saludo” militar con su mano derecha semi recta y dedos rectos. Cara sonriente y afectuosa.

CAPÍTULO III

JOSEPH GOEBBELS Y LA PROPAGANDA POLÍTICA: UNA APROXIMACIÓN A LA REALIDAD VENEZOLANA.

Las causas del ascenso del poder del Partido Nacional Socialista Alemán es uno de los temas más abordados por los historiadores a lo largo del siglo XX. Los factores que se toman en cuenta a la hora de estudiar la causa de la llegada al poder de Adolf Hitler son innumerables. Un régimen político nacido en el corazón de Europa y que trajo más de 60 millones de personas muertas, entre víctimas de la guerra y prisioneros en campos de concentración. Como la intención del autor no es hacer un estudio de los orígenes del régimen nazi, sólo centrará su atención en aquellos elementos que relacionaron el crecimiento del nazismo con el apoyo popular a través de las campañas políticas. Los aportes a la investigación será el complemento que se extraigan de fragmentos de textos de varios autores y se comparen con el legado que dejó Joseph Goebbels en su libro “La Conquista de Berlín”, escrito de puño y letra en 1938, durante todo su camino por la Alemania Nazi.

Hitler había comprobado los efectos persuasivos y de movilización que la propaganda produjo durante la I Guerra Mundial, es por eso que su crecimiento popular se basó desde sus inicios en armar una maquinaria propagandística bien constituida. En un discurso dirigido al partido Nacional Socialista en 1923, Hitler dijo “en las masas hay una gran energía aletargada y sólo espera al hombre que la despierte de su sueño y la lleve a la gran batalla para el destino de la raza alemana”. Es así como la propaganda del *Tercer Reich* logró conformar un gobierno a través de la intimidación del pueblo, “la gente necesita un miedo saludable, algo que les asuste, volver a la gente lo más sumisa posible”. Hitler edificará un partido nazi y un Estado Alemán inseparables y basados en el culto al líder, llenando la propaganda de todos los problemas de la sociedad.

La propaganda aventajará, con su impetuoso avance, de muy lejos a la organización, a fin de conquistar el material humano indispensable para esta última. Siempre he sido enemigo de la organización precipitada y pedante, que produce inertes y mecánicos resultados. Por esta razón, lo mejor es dejar que una idea se difunda desde un centro y por medio de la propaganda durante un espacio de tiempo dado, y luego explotar cuidadosamente en busca de dirigentes entre los seres humanos que acudieron a la cita (Hitler, 1925).

A partir de la Primera Guerra Mundial, nace a través de la propaganda de cartel la necesidad de movilizar y persuadir a las masas, la visión de Hitler era que las manifestaciones políticas siempre se habían desarrollado en el ámbito de élites culturales y económicas. Los colores utilizados en los carteles propagandísticos podían variar, entre grises o a color, según el objetivo a lograr, es decir, para desprestigiar al enemigo o para mostrar las virtudes de la guerra. Entre otra de las intenciones del uso del cartel, era que para el receptor, lo visual no fuese percibido como una aparente realidad, sino como la realidad en sí misma. Las ideas de su contenido se presentaban con muchas imágenes predominantes y comprensibles al entendimiento (Ver Anexo C).

La agitación política que parte de estos conocimientos siempre tocará el alma popular en el lugar apropiado. Si no es capaz de desenredar el entrevero de los hechos, sino que lleva al pueblo la complejidad de las cosas tal como se presenta, entonces siempre errará el blanco de la comprensión del pequeño hombre (Goebbels, 1938).

Domenach (2009) resalta que Hitler descubrió que la masa al estar unida cobra un carácter sentimental, “más femenino”, predominaba la imagen frente a la explicación, así como lo sensible frente a lo racional.

La inmensa mayoría de la gente es tan femenina en lo concerniente a su naturaleza y opiniones, que su pensamiento y acciones se hallan gobernados por sensaciones y sentimientos más bien que por consideraciones razonadas. Este sentimiento, empero, no es complicado sino muy sencillo y consistente. Apenas si sabe diferenciar pero es uno de los dos, positivo o negativo (Hitler, 1925).

El profesor Domenach, aclara en su libro que el éxito de la propaganda nazi también estuvo sustentada bajo la teoría de los reflejos condicionados de Pavlov¹, brevemente describe la experiencia básica: pongamos un terrón de azúcar ante un perro previamente inmovilizado y el perro segregará saliva. Ahora asociemos, luego de la presentación del terrón de azúcar, con el sonido de una corneta y hagámoslo varias veces. El perro continuará segregando saliva. Luego de varios intentos, nos limitamos sólo a hacer sonar la corneta y el perro seguirá segregando saliva. Este ejemplo, según Domenach, demuestra que se ha determinado un reflejo condicionado, es decir, que el sonido de la corneta habrá sido asociado lo suficiente con la aparición del azúcar como para provocar la salivación del perro. De esta misma manera, la propaganda política hitleriana suministra sustitutos que evocaran la angustia del pueblo. Algunos de estos sustitutos son los cantos, símbolos y *slogans*. Es por esto que la imagen de Hitler se relaciona con la esvástica, de manera que las personas al verla recuerden un sentimiento de exaltación que se sintió en cuerpo y alma.

El Estado Nazi se configura como una Estado socialista desde el principio, y es aquí donde la propaganda tomará el protagonismo para mantenerse en el poder. Se centralizan los medios de comunicación y se aplica la censura sobre sus contenidos, todo el desarrollo estratégico reposó en las ideas concebidas y puestas en

¹ Ivan Petrovich Pavlov fue un fisiólogo ruso discípulo de Ivan Sechenov y ganador del Premio Nobel en 1904 por sus investigaciones sobre el funcionamiento de las glándulas digestivas. Trabajó de forma experimental y controlada con perros, a los que incomunicaba del exterior en el laboratorio que se pasó a llamar "las torres del silencio". Estas observaciones le inspiraron para llevar a cabo numerosos estudios que fueron la base del Condicionamiento Clásico. Nunca se consideró un psicólogo, y hasta el fin de sus días sostuvo que era un fisiólogo.

prácticas por el Ministerio de Propaganda Nazi, bajo la dirección de Joseph Goebbels y de la mano del propio líder, Adolf Hitler. Cuando Goebbels se refiere al Socialismo lo menciona como el resultado de un sano sentimiento de justicia, unido a un sentido de responsabilidad frente a la nación, sin consideración por los intereses individualistas.

El movimiento nacional socialista se había creado, según Joseph Goebbels, no sólo para tener protagonismo en las sesiones parlamentarias, ni en los “sillones ministeriales”, sino para conquistar Alemania y el Poder en su totalidad. Es por esto que a partir de 1926 con su llegada al Ministerio de Propaganda, empieza a reconstruir el Partido. Afirmaba para esa fecha, que no existía una propaganda mundial hábilmente organizada por la conducción del Estado, que pudiera ofrecer resistencia ala desvergonzada campaña de mentiras actual.

Un lucha política moderna también se lleva a cabo con medios político modernos, y el medio político más moderno, se diga lo que se diga, es la propaganda. En el fondo también es el arma más peligrosa que un movimiento político pueda utilizar. Contra todos los otros medios hay antídotos, sólo la propaganda es incontenible en su acción.

Paul Joseph Goebbels nació el 29 de octubre de 1897, en Alemania. Su padre fue el contable Friedrich Goebbels y su madre, María Oldenhausen. Cuando tenía cuatro años de edad sufrió una infección ósea, conocida como osteomielitis, la misma ocasionó que se le atrofiara la pantorrilla derecha dejándolo levemente cojo. Sin embargo, esto no fue motivo para que se destacara por sus notas en el colegio y ser el mejor de su promoción al aprobar el bachillerato en 1917. Su vida académica transcurrió en ocho universidades, estudió Filosofía, Literatura, Historia, Arte y Lenguas Clásicas. En 1921, obtuvo el Doctorado en la Universidad de Heidelberg con una tesis doctoral.

Goebbels se presentó como voluntario en el ejército alemán para la Primera Guerra Mundial, pero lo rechazaron por su condición en la pantorrilla derecha. Su personalidad siempre estuvo guiada por el protagonismo y sus dotes orientados a las comunicaciones, a la psicología de las masas y a las artes; era cínico, impulsivo y dominante y su carácter muy temperamental.

En 1922, Joseph Goebbels se unió al Partido Nacional Socialista de los Trabajadores Alemanes. Sin embargo, fue en 1926 cuando lo nombran *Gauleiter* (Jefe de Distrito) de Berlín por sus dotes de orador. Se trasladó a Berlín ese mismo año por órdenes de Hitler para reorganizar su partido el cual sólo era regional para aquel entonces. Fue nombrado por Hitler jefe de propaganda del Partido Nacional Socialista de Trabajadores (NSDAP) en 1930.

El Dr. Goebbels vino a Berlín en 1926 por órdenes de Hitler para reorganizar al partido en Berlín, el cual estaba al borde del colapso. Él vino solo. Vino como un luchador que se había probado así mismo en contra del comunismo y separatismo francés en los tres años en las áreas del Rhine y el Ruhr. Él vino sin apoyo y se tuvo que hacer el suyo propio (Fritzsche, 1934).

En 1933 se nombra a Joseph Goebbels Ministro de Instrucción y Propaganda del Adolf Hitler, lo que demostraba la gran importancia que se le daba a la propaganda. Goebbels fue uno de los creadores del mito del *Fuhrer*, a través del cual se implantó el culto pseudo religioso donde se veía a la persona del Hitler como el salvador de Alemania. Como ministro Goebbels tenía la responsabilidad de continuar realzando el mito entre la población, a través de los medios de comunicación, el control de todas las publicaciones, las emisoras de radio, la prensa y el cine.

Vacilé mucho tiempo si debía aceptar este puesto ingrato; hasta que finalmente la meta y el deber me determinaron a acometer valientemente una tarea, de la cual sabía de antemano que me reportaría más preocupación, disgusto y desazón que lo que me podría brindar de alegría, éxitos y logros (...).

(...) La propaganda en si no tiene un método fundamental propio. Sólo tiene una meta, y en verdad este objetivo se llama en política siempre: conquista de las masas. Todo medio que sirve a este objetivo es bueno. Y todo medio que deja de lado este objetivo es malo. El propagandista teórico que ignorando la realidad elucubra un método ingenioso ante el escritorio comprobará luego, enormemente asombrado y perplejo, que el método no es empleado por el propagandista práctico, o que habiéndolo aplicado, no da resultados. Los métodos de la propaganda se desarrollan causalmente en la lucha diaria misma. (Goebbels, 1938).

Fueron innumerables los medios que se emplearon durante la Alemania Nazi. Entre estos, no sólo estaban los escritos, sino que se emplearon con mayor insistencia los orales y los icónicos, se le dieron importancia a los discursos en público, los mítines masivos, los mensajes radiofónicos y toda la iconografía, como la cruz gamada o esvástica (Ver Anexo D).

La finalidad de la propaganda era convencer a los alemanes de la bondad de los actos y decisiones del Partido Nacional Socialista y así crear la armonía entre el pueblo y el gobierno. Para Goebbels, la prensa no sólo debía informar, sino también instruir; convirtiéndose en un instrumento al servicio del Estado, esto trajo la dominación de todos los periódicos y la eliminación de algunos de ellos; trayendo como consecuencia la pérdida de lectores a través de la pérdida de credibilidad. Sin embargo, el primer descubrimiento por parte de Goebbels, vino de la mano del dibujante Mjölfnir², quien por primera vez y con carácter único, llevó a la representación gráfica el tipo de hombre nacional socialista.

² Hans Herbert Schweitzer, conocido como Mjölfnir Mjölfnir, fue un artista, diseñador gráfico y propagandista alemán, Comisario del Reich para el diseño artístico, del periodo nazi en Alemania

Nuestro dibujante Mjölfnir llevaba al hombre de la S.A. con carbón y pincel, en apasionadas inspiraciones al papel y a la tela, así entrará imperecederamente en el pensamiento de las futuras generaciones. Era, el comienzo de un estilo artístico nuevo del joven movimiento (...) el artista tiene el raro talento de dominar magistralmente, no sólo la representación gráfica, sino también formulación contundente de la palabra (Goebbels, 1938).

Mjölfnir consiguió entonces, que imagen y consigna generaran el mismo efecto de intuición, y en consecuencia los dos unidos generaban un efecto de masa agitada e impetuosa, el cual era lo que Goebbels quería lograr (Ver Anexo E). La caricatura podía generar diversas interpretaciones, Goebbels pensaba que esta por su naturaleza buscaba efectos grotescos, irónicos y a veces hasta “cínicos”; por lo que exaltaban más la risa que el raciocinio.

Este giro que dieron los medios de difusión como instrumentos de propaganda se observó en la práctica del esfuerzo comunicativo emprendido por el Partido Nazi a través de la radio, cine, televisión, medios impresos, entre otros; para múltiples propósitos de campaña y transmisión de información a favor de sus objetivos e intereses. Los medios resultaron ser los mecanismos idóneos para transmitir todos aquellos contenidos que les permitiera captar su atención. Por otra parte, la información política podía ser concebida con múltiples significados para que, finalmente, se tornara de interés masivo mediante la configuración de una comunicación que se mostraba profundamente sensible a las necesidades y carencias de la comunidad en general, apelando así a sus emociones y generando afinidad entre ambos actores: gobierno y sociedad civil.

La propaganda moderna se basa aún, en lo esencial, en el efecto de la palabra hablada. Los movimientos revolucionarios no son hechos por grandes literarios, sino por grandes oradores.

(1933-1945), que creo algunos posters para el Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán, influyentes para la sociedad alemana, antes y durante la Segunda Guerra Mundial.

Es un error si se admite que la palabra escrita tenga mayores efectos, porque por medio de la prensa diaria llega a un público mayor. Si bien en la mayoría de los casos el orador, cuando mucho, sólo puede alcanzar con sus palabras a algunos miles, mientras que el escritor a veces y con frecuencia alcanza a diez o cien mil lectores. La palabra hablada de hecho influye no sólo a aquel que la oye directamente, sino que este la lleva y trae centenares y miles de veces. Es por esto que palabra y escrito deben estar unidos. (Goebbels, 1938).

Por otro lado, la propaganda estaba dirigida al culto a la persona o a la personalidad. Las campañas del Partido Nacional Socialista giraban en torno a su líder, buscando fortalecer su presencia, así como consolidarlo cada vez tanto en Alemania como en el exterior. Hitler se volvió el eje central, en él se esculpe al líder en un icono idealizado, estructurado de manera tal que el pueblo lo enaltezca y honre como si se tratase de un ser superior, divinizado en muchos aspectos. Garantizar que el pueblo lo adorase o le temiera, como todo ser divino, fue un rasgo importante del éxito consolidado por el Partido Nazi. Según la profesora Agosto (2008), a través de la propaganda Hitler se fue transformando de ser un líder indiscutido a ser un líder nacional, “junto con la nacionalización de su liderazgo, la propaganda buscaba convertir a los seguidores tibios, indecisos, o incluso opuesto en admiradores o adeptos al Estado Nazi”.

Otro aspecto de la propaganda Nacional Socialista es la persuasión, el profesor Pizarroso (1993), comenta que se debe “promover una dependencia interactiva emisor-receptor con el objetivo de influir sobre él. Por ello, una propaganda es un proceso de persuasión a su vez basado en técnicas psicológicas y en la sugestión”. El profesor comenta que un verdadero propagandista, el hombre que quiere convencer, aplica toda suerte de fórmulas, según la naturaleza de la idea y la de sus oyentes; pero actúa principalmente por contagio de su fe personal, por sus cualidades de carisma y locución.

El pueblo solamente quiere ser gobernado decentemente; un sistema, por cierto, que no posee para ello ni la voluntad ni la capacidad, debe soplar al oído de las masas crédulas las ideologías seductoras de la democracia, para aturdir y adormecer el creciente despecho en las ciudades y provincias (Goebbels, 1938).

Como el objetivo principal del nazismo es conformar un partido de masas, donde se reconstruyera la nación incluyendo los intereses del hombre común, se elaboran mensajes que atraerán a todas las clases sociales, en especial a los trabajadores. Para lograr este objetivo, la profesora Agosto (2008) comenta que los mensajes estaban dedicados a convencer a los trabajadores de que el partido estaba dirigido a mejorar la vida de todos los alemanes y para esto los miembros del partido desarrollaban actividades en los barrios más populares, en donde los oradores entrenados manifestaban su conocimiento sobre los temas que más afectaba a cada región, demostrando la capacidad de referirse a problemas concretos y cotidianos que afectaban al pueblo.

Toda la propaganda debe ser popular y su nivel intelectual debe ajustarse hasta la inteligencia más limitada. Mientras mayor sea la masa a penetrar, menor el nivel intelectual de la propaganda (...) no debe exigir un esfuerzo intelectual al público (Hitler).

Hitler se refería a la capacidad de asimilación y entendimiento de las masas como algo muy limitado. Los mensajes se dirigían a pequeños grupos de personas, donde la simplicidad de cada mensaje buscaba que el pueblo se formara ideas de aquello que deseaba o perseguía. La propaganda se sustenta en la carga emocional, es por esto que el Partido Nacional Socialista, apela a los sentimientos provocando una autentica presión emocional (Ver Anexo F). La profesora Rodero (2000) cuenta que Hitler no consiguió que Alemania se convirtiera en una nación antisemita, porque la semilla ya estaba sembrada, así como, no crea el sentimiento de culpabilidad por la pérdida de la guerra, porque este ya estaba latente. En tal sentido, era necesario conectar estas emociones y sentimientos de la multitud y encausarlos según el

objetivo del propagandista. Por esta razón, la propaganda es efectiva cuando no representa una amenaza para las convicciones de la población receptora, es decir, no choca con los intereses del receptor.

Según el experto en psicología política y de control de masas, el Dr. Leonard W. Doob, Profesor Emérito de Psicología de la Universidad de Yale, en su artículo Principios de la Propaganda de Goebbels, presenta 19 consideraciones que se utilizaron durante la Alemania Nazi:

- 1) Los propagandistas deben tener acceso a la información referente a los acontecimientos y a la opinión pública.

- 2) La propaganda debe ser planeada y ejecutada por una sola autoridad. Este principio seguía la línea de la teoría nazi de la centralización autoritaria, y también del ansia de poder que sentía Goebbels. Pensaba que una sola autoridad debía realizar tres funciones:
 - I. Emitir todas las directrices de la propaganda. Todo fragmento de la propaganda debía expresar un contenido político. Indicaban cuándo las campañas de propaganda específicas debían comenzar, cuándo debían ser intensificadas o atenuadas, y cuándo debían terminar. La máquina propagandística nazi estaba sometida a una constante reorganización.
 - II. Explicar las directrices de la propaganda a los funcionarios importantes y mantener su moral. Si no se facilitaba una explicación acerca de la política propagandística a aquellos funcionarios que, formal o informalmente, cumplían las directrices, no cabía esperar que actuaran con eficacia y de buena gana. A través de la maquinaria de su organización y a través de contactos personales, Goebbels trataba de revelar la razón de su propaganda a estos subordinados y también de levantar su moral al hacerles ostensiblemente objeto de su confianza.

- III. Supervisar las actividades de otras agencias que tengan consecuencias propagandísticas. Él procuraba facilitar el necesario estímulo propagandístico.
- 3) Las consecuencias propagandísticas de una acción deben ser consideradas al planificar esta acción.
 - 4) La propaganda debe afectar a la política y a la acción del enemigo:
 - I. Suprimiendo el material propagandístico capaz de facilitar al enemigo informaciones útiles.
 - II. Difundiendo abiertamente propaganda cuyo contenido o tono conduzca al enemigo a sacar las conclusiones deseadas.
 - III. Incitando al enemigo a revelar informaciones propias de carácter vital.
 - IV. Absteniéndose de toda referencia a una actividad que perjudique al enemigo cuando ella pudiera desacreditar tal actividad.
 - 5) Debe haber una información no clasificada y operacional a punto para completar una campaña propagandística.
 - 6) Para ser percibida, la propaganda debe suscitar el interés de la audiencia y debe ser transmitida a través de un medio de comunicación que llame poderosamente la atención.
 - 7) Solo la credibilidad debe determinar si los materiales de la propaganda han de ser ciertos o falsos.
 - 8) El propósito, el contenido y la efectividad de la propaganda enemiga, la fuerza y los efectos de una refutación, y la naturaleza de las actuales campañas propagandísticas determinan si la campaña enemiga debe ser ignorada o refutada.

- 9) Credibilidad, inteligencia y los posibles efectos de la comunicación determinan si los materiales propagandísticos deben ser censurados:
- I. A menudo la censura podía deteriorar la credibilidad y consideraba que: "en tiempos de excitación y de tensión, el hambre de noticias debe ser satisfecho como sea".
 - II. La censura era invocada cuando la información concerniente a la culminación de un hecho era insuficiente.
 - III. Finalmente, Goebbels evaluaba los posibles efectos de comunicar la información. La censura era aplicada cuando se creía que el conocimiento del hecho podía producir una reacción indeseable en sí misma.
- 10) El material de la propaganda enemiga puede ser utilizado en operaciones cuando ayude a disminuir el prestigio de ese enemigo, o preste apoyo al propio objetivo del propagandista.
- 11) La propaganda negra debe ser empleada con preferencia a la blanca cuando esta última sea menos creíble o produzca efectos indeseables.
- 12) La propaganda puede ser facilitada por líderes prestigiosos.
- 13) Los jefes sólo eran útiles cuando tenían prestigio.
- 14) La propaganda debe estar cuidadosamente sincronizada:
- I. La comunicación debe llegar a la audiencia antes que la propaganda competidora.
 - II. Una campaña propagandística debe comenzar en el momento óptimo.
 - III. Un tema propagandístico debe ser repetido, pero no más allá del punto en que disminuya su efectividad.

15) La propaganda debe etiquetar los acontecimientos y las personas con frases o consignas distintas:

- I. Deben suscitar las respuestas deseadas que la audiencia posee previamente.
- II. Deben poder ser aprendidas con facilidad. "Ha de utilizar el blanco y el negro, de lo contrario no resulta convincente para la gente".
- III. Deben ser utilizadas una y otra vez, pero sólo en las situaciones apropiadas. Goebbels deseaba explotar lo aprendido en cosas ya ocurridas; las reacciones aprendidas por la gente frente a los símbolos verbales quería transferirlas, fácil y eficientemente, a nuevos acontecimientos.

16) La propaganda dirigida a la retaguardia debe evitar el suscitar falsas esperanzas que puedan quedar frustradas por los acontecimientos futuros.

17) La propaganda en la retaguardia debe crear un nivel óptimo de ansiedad.

18) La propaganda dirigida a la retaguardia debe disminuir el impacto de la frustración:

- I. Las frustraciones inevitables deben ser previstas. Consiste en que una frustración podía resultar menos decepcionante si se eliminaba el elemento de sorpresa o choque.
- II. Las frustraciones inevitables deben ser planteadas en perspectiva. Es dar a los alemanes lo que él llama *Kriegsüberblick*, es decir, una panorámica general de la guerra. Éstos perderían la confianza en su régimen.

19) La propaganda debe facilitar el desplazamiento de la agresión, especificando los objetivos para el odio.

En definitiva, la propaganda de la época de Hitler marcó las pautas que desarrollaron la forma en que se manejan los mensajes, según las necesidades del Estado, contando con elementos de persuasión y manipulación de las masas. La estrategia era realzar sentimientos de orgullo, promover odios y en ocasiones se utilizó la mentira para convencer a la población de hechos distantes de la realidad.

III.1.- Principios propagandísticos de J. Goebbels: complementariedad con la realidad mediática en Venezuela.

Luego de entender el uso de la propaganda política por parte de comunistas y nazistas, el autor puede discernir acerca de las reglas que se utilizaron durante estos regímenes de la manera más objetiva posible. Profundizando en los aportes dejados por Joseph Goebbels, se le atribuyen unos principios o fundamentos que fueron empleados por el cuerpo de comunicación nazi, el cual estaba magníficamente constituido, no sólo en cuanto a su estructura, sino también con relación a los lineamientos que regulaban todas las acciones que involucraban propaganda o discursos políticos del régimen. Para Joseph Goebbels, lo importante era ganar masas, “queríamos hablar al corazón del pequeño hombre (...) queríamos ponernos en su lugar, en su pensamiento y en su sentimiento y así ganarlo para nuestra idea política”. Para Goebbels cada elemento de persuasión de las masas era importante para lograr sus objetivos. El consideraba que el pueblo tiene una intuición respecto a si un orador político cree él mismo lo que dice; esto genera fe en el pueblo y acrecenta la fuerza para luchar.

El verdadero propagandista, el hombre que quiere convencer, aplica toda suerte de fórmulas, según la naturaleza de la idea y la de sus oyentes; pero actúa principalmente por contagio de su fe personal, por su cualidades propias de simpatía y de elocución (Domenach, 2009).

El autor comprende el estudio de la propaganda política en la Alemania Nazi, como un evento que ha determinado la forma de hacer política en el mundo, sin embargo, el caso que se expone en la investigación, es el caso de Venezuela. Por su parte, antes es necesario mencionar los principios propagandísticos y de persuasión, empleados por Joseph Goebbels. Es necesario resaltar que, a través de la investigación, los principios fueron expuestos como leyes que se cumplían para lograr los objetivos de la propaganda. Pero, ¿qué es una ley? La ley, según el Diccionario de la Real Academia Española, se define como un precepto dictado por la autoridad competente, en que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia y para el bien de los gobernados. Entonces los principios con los que Joseph Goebbels armó su maquinaria propagandística, fueron preceptos con lo que impuso una ideología al pueblo de Alemania. Las mismas fueron:

1) Ley de la Simplicidad:

A fin de conseguir la mayor efectividad, el mensaje debe ser lo más sencillo posible para que todos y cada uno de los individuos sean capaces de comprenderlo, sin exigirle demasiado esfuerzo. Debe ser breve y claro, elaborado con frases sencillas. Se reducen los mensajes a *slogans* y símbolos (Ver Anexo G). Según el profesor Domenach, se trata de dividir las doctrinas y sus argumentos en algunos puntos que serán definidos tan claramente como sea posible. Se redujeron grandes textos a fórmulas claras, a hechos y cifras, para lograr un mejor efecto. “Una buena propaganda no se asigna más que un objetivo principal por vez. Se trata de concentrar el tiro en un solo blanco durante un período dado”.

En sus discursos, Hitler conseguía atraer a las masas mediante juicios muy claros. Domenach explica que concentrar en una sola persona las esperanzas del campo al cual pertenece o el odio que se siente por el campo adverso es, evidentemente, la forma de simplificación más elemental y más beneficiosa. Se crearon gritos en apoyo a una persona proporcionándoles siempre su lenguaje ante las

masas. Por lo tanto, se atacará siempre a individuos o pequeños grupos, nunca a masas sociales o nacionales en su conjunto. Respecto a este principio la profesora Rodero (2000) explica lo siguiente:

Este primer principio apunta a “conseguir la mayor efectividad, el mensaje debe ser lo más sencillo posible para que todos y cada uno de los individuos sean capaces de comprenderlo, sin exigirles demasiado esfuerzo. Debe ser, además, breve y claro, elaborado con frases sencillas y enunciaciones primarias. Conviene, por tanto, reducirlo a eslóganes y símbolos. Como ejemplo basta recordar el “grito de guerra” del Régimen Nazi: *Heil Hitler* (el término *Heil* significa salvación, pero también es un adjetivo con el significado de sano, indemne, ileso).

2) Ley de la Espoleta:

“Cuando lleguemos al poder, cada mujer alemana obtendrá un marido”. Con que esta frase aclamada por Hitler es el mejor ejemplo que el autor eligió para explicar la ley de la espoleta. Con ella le hizo un llamado a la mujer en su sentido más irracional y que tuvo mucho éxito. Este principio consiste en atacar al espíritu de las personas por su parte más débil o susceptible. El mensaje, con fuerte carga emocional, se dirige al aspecto más vulnerable del individuo. Por esta razón, Hitler apoyaba la idea de que la gente necesita tener un “miedo saludable”; fobias comunes y tradicionales. Descubrió que la masa, al unirse, cobra un carácter más sentimental, más femenino.

En su gran mayoría - dijo- el pueblo se encuentra en una disposición de ánimo y un espíritu a tal punto femeninos, que sus opiniones y sus actos son determinados mucho más por la impresión producida en sus sentidos que por la pura reflexión (...) predominaba la imagen frente a la explicación, de lo sensible brutal frente a lo racional (Domenach, 2009).

3) Ley de la Simpatía:

Este principio infiere que las opiniones no se combaten con opiniones ni los argumentos lógicos con argumentos, opiniones y argumentos se combaten con

provocaciones dirigidas directamente a los sentimientos. Establece la necesidad de un acercamiento con un el público no por la vía racional, sino más bien por la emotiva y la perceptivo-sensorial. Esta condición de la propaganda se basó en el instinto de poder que se creó a través del condicionamiento de la población. Según el profesor Domenach (2009) este principio se distingue en dos etapas. Primero, determinar los reflejos y hacerlos funcionar, y luego utilizarlos con el ritmo necesario para crear el estado de inhibición.

La excitación puede llevar al éxtasis, a un estado que, como su nombre lo indica, es una forma de escape de sí mismo. Y es precisamente ése el estado del alemán sometido a la propaganda hitleriana, preso, al mismo tiempo, de exaltación y de angustia que muy bien pueden haber llegado al subconsciente.

4) Ley de la Simplificación y del Enemigo Único:

En este sentido, la propaganda se esfuerza en primer lugar por lograr la simplicidad. Se trata de dividir la doctrina y los argumentos en puntos específicos que serán definidos tan claro como sea posible. En este caso el propagandista concentra su mensaje en manifiestos, declaraciones, catecismo, entre otros; la finalidad era enunciar diversas proposiciones en textos breves y claros. Hitler consideraba que a la población no se le debía exigir un esfuerzo intelectual.

La ley de simplificación abarca por otra parte el *slogan*, la voz de orden, los símbolos, entre otros. La finalidad era transmitir mensajes cortos y concisos para llegar a la mayor población posible. Domenach infiere que la voz de orden tiene un contenido táctico, es decir, resume el objetivo que debe alcanzarse. Por ejemplo “Ni un centavo, ni un hombre para la guerra de Marruecos”; por su parte, el *slogan* hace un llamado más directo a las pasiones políticas, al entusiasmo, al odio: “Doriot al poder, Rex vencerá”.

El símbolo por su parte es la imagen más eficaz y la que logró más efecto en la población. Su percepción es inmediata y no se exige esfuerzo para entenderla. Domenach explica que cuando el símbolo está acompañado por alguna frase o leyenda esta reemplaza ventajosamente cualquier discurso. En este caso se puede recordar la cruz gamada como principal símbolo para los alemanes.

Por otra parte, la propaganda no se asigna más que un objetivo principal. Domenach, se refiere a concentrar el “tiro en un solo blanco” durante un período dado. Hitler y su equipo de propaganda concentraban en una sola persona las esperanzas del campo al cual se pertenece o al odio que se siente por el campo adverso. Esta estrategia era parte de la ley de simplificación y enemigo único. Ejemplo de esto fue el *slogan* del partido M.R.P. durante la campaña electoral de 1946, “*Bidault sin Thorez*”.

La individualización del adversario ofrece muchas ventajas. Los nazis transformaban cada escrutinio en un “combate contra el último opositor”. Los hombres prefieren enfrentar a personas visibles más bien que a fuerzas oscuras (...) Por lo tanto, se atacará siempre a individuos o pequeñas fracciones, nunca a masas sociales o nacionales en conjunto (Domenach, 2009).

5) Ley de Exageración y Desfiguración:

De este principio se desprende la frase “una eficaz mentira es una verdad a medias”. La exageración de las noticias es un procedimiento periodístico utilizado con frecuencia por la prensa del Partido Nazi, es decir, se resaltaban todas las informaciones que le fuesen favorables. Siguiendo el análisis de los principio a través del profesor Domenach, el autor encontró:

La propaganda hitleriana se sirvió sistemáticamente de la noticia como medio para dirigir los espíritus. Las “informaciones” importantes no se daban nunca en bruto. Cuando aparecían ya estaban preparadas, cargadas de un potencial de propaganda.

Un ejemplo de esto fue la nota escrita ante una huelga declarada en los Estados Unidos: “Los huelguistas responden con un rechazo del laudo arbitral a la estúpida política de Roosevelt”³. El ejemplo mencionado deja entendido que el partido nazi exageraba y ridiculizaba al oponente con el fin de influir aun más en las masas. La misma se redacta de una forma sencilla y palabras coloquiales, con el fin mencionado anteriormente, de llegar a la mayor cantidad de gente posible.

6) Ley de la Repetición

Esta condición se refiere a la repetición constante de temas o asuntos primordiales. Se trata de insistir en el tema central, pero presentándolo desde diversos aspectos. Domenach en este apartado se refiere a que “la propaganda debe limitarse a una pequeña cantidad de ideas repetidas siempre”, esto se debía a que las masas sólo recordarían las ideas más simples si se le repetían centenares de veces. Si se realizaba algún cambio debía solo ser de forma y no de fondo, de manera que no se altere la información que se deseaba divulgar. La orquestación de un tema dado consiste en su repetición a través de todos los medios de propaganda en formas adaptadas a diversos públicos.

Cuando el Partido Nazi tuvo el alcance de los medios para influir en toda la opinión europea, su técnica de repetición alcanza una mayor amplitud. Para la época, todas las semanas aparecía en *Das Reich*⁴ una editorial escrita por Joseph Goebbels que inmediatamente era reproducida por los diarios y las radios alemanas, por los diarios del frente y por la prensa de todos los países ocupados, en idiomas y registros

³ Ejemplo tomado del Libro de Jean- Marie Domenach. La Propaganda Política, 2009. Pag 58.

⁴ *Das Reich*, ("El Imperio"), fue un periódico nazi editado en Berlín entre 1940 y 1945 por el Dr. Joseph Goebbels diseñado especialmente para su distribución en el extranjero. Este periódico político y cultural fue fundado el 26 de mayo de 1940, por Rolf Rienhardt con un enfoque especial hacia los extranjeros e intelectuales alemanes. Su lema fue "*Deutsche Wochenzeitung*" (Semanario Alemán), elaborado en los talleres de la Deutscher Verlag (Empresa de Prensa alemana), al autor principal de los artículos fue el mismo Dr. Goebbels, Ministro de Propaganda y Educación del Reich.

diferentes y con las correcciones que cada población requería para su entendimiento (Ver Anexo H).

Una gran campaña de propaganda triunfa cuando logra expandirse en ecos infinitos, cuando consigue que en todas partes se discuta un mismo tema de las más diversas maneras, y cuando establece entre los que han iniciado y aquellos en quienes ha repercutido un verdadero fenómeno de resonancia cuyo ritmo puede ser mantenido y amplificado (Domenach, 2009).

7) Ley de la Dosificación

Este es un principio que plantea que todo orador público no debe contradecir a la población, sino declarar que está de acuerdo con ella. Su misión es colocarse de su lado antes de doblegarla. El objetivo de este principio, es aproximarse por medio de las palabras y asociaciones sentimentales, el programa propuesto por el Partido Nazi, a la actitud y problemas que tenga el pueblo.

Esta ley trata de mantener una presencia y una imagen constante en los medios. En este sentido, la imagen creada de Hitler por parte de Goebbels se presentó como “el nuevo mesías germánico”, la misma fue reiterada constantemente por los diferentes medios de propaganda.

Existen en la psiquis de los pueblos sentimientos conscientes o inconscientes que la propaganda capta y explota. Ya tuvimos ocasión de ver como Hitler había utilizado simultáneamente todos los viejos mitos germánicos y los rencores surgidos de la derrota (Domenach, 2009).

8) Ley de la Unanimidad y del Contagio

Este principio se refiere a las diferencias de opinión individual y grupal que nacen en las sociedades. Los sociólogos afirman que dos opiniones contrarias subsisten en el espíritu del sujeto sólo por la presión de los diversos grupos sociales a los que pertenece. Es aquí donde la tarea de la propaganda será la de reforzar la unanimidad, y aún la de crearla artificialmente. Domenach afirma que para lograr la impresión de

unanimidad, los partidos recurren con frecuencia a las manifestaciones y a los desfiles de masas.

Se ha destacado con frecuencia, y particularmente a propósito de manifestaciones hitlerianas, que era muy difícil para el espectador indiferente o aun hostil no ser arrastrado a pesar suyo (...) la masa moderna, deprimida y sin confianza en sí misma, es atraída espontáneamente por aquellos por aquellos que parecen poseer el secreto de una dicha que le es esquiva, y que sacian su sed de heroísmo, por los “modelos”, los iniciados, los poseedores del porvenir. Y cuando el ejemplo humano es colectivo, su influencia es más grande aún.

Dentro de los medios más divulgados para causar el contagio, es las manifestaciones de grandes masas, bien sea un mitin o un desfile. Los elementos utilizados fueron: las banderas, estandartes y ornamentos; los emblemas e insignias; las inscripciones; los uniformes; la música; y para la noche proyectores y antorchas (Ver Anexo I). Con palabras del Profesor Domenach:

La unanimidad es, al mismo tiempo, una demostración de fuerza. Uno de los fines esenciales de la propaganda es manifestar la omnipresencia de los adeptos y su superioridad frente al adversario. Los símbolos, las insignias, las banderas, los uniformes, los cantos, forman un clima de fuerza indispensable para la propaganda. Se trata de mostrar que “uno está allí” y que “se es el más fuerte”. No podrían explicarse de otra manera los esfuerzos que realizan los partidos para imponer sus oradores, sus gritos o sus cantos, y “quedar dueños del terreno”, a veces a costa de sangrientas disputas. Los uniformes, los *graffitti* y los himnos producen una impresión de presencia difusa que afirma a los simpatizantes y desmoraliza a los adversarios.

Entendiendo, el autor, el proceso político durante el periodo de la Alemania Nazi se puede inferir que la propaganda es un mecanismo de persuasión y manipulación donde un hombre, mujer, o una nación entera pueden cambiar sus creencias dependiendo de cual programa sea mejor vendido para cumplir con sus necesidades y satisfacciones personales. El caso venezolano, en los últimos 10 años ha creado diversas opiniones de especialistas y ciudadanía en general con respecto al

uso de la propaganda, comparándola en ocasiones con los principios utilizados por el Ministro Joseph Goebbels. Es por esto que se realiza un estudio en base a la experiencia de los dos modelos de propaganda (Venezolano y Alemán), dividiéndose en el caso venezolano en campañas de oposición y campañas del oficialismo.

El escenario venezolano para las elecciones legislativas de 2010, contó con una campaña con aspectos novedosos, es decir, al separarse los comicios presidenciales de las elecciones parlamentarias, la maquinaria propagandística se renovó con respecto a toda la historia de las campañas en Venezuela. En el caso de la oposición no se buscaba el apoyo de los votantes a través de la exaltación de la figura del candidato presidencial, así lo afirma el profesor Koenke (2010); sin embargo, no se descartaba la crítica a la gestión del Presidente Chávez como parte de su estrategia. Por otra parte, se crean mensajes focalizados a segmentos específicos de la población tales como estudiantes, dirigentes sindicales, empresariales, entre otros; estos eran divulgados por los diferentes medios de difusión masiva (prensa, radio y televisión). Con los miembros de estos sectores se realizan encuentros cara a cara y a través de la entrega de volantes, mensajes de textos y redes sociales. En cuanto a las publicaciones de propaganda de cartel en los medios impresos estudiados por el autor, la oposición durante la campaña electoral tuvo poco tiraje, sin embargo, se pudo observar, en las encontradas, la simplicidad en su contenido contando con la figura de los candidatos, frases cortas, poco uso de los colores, predominando el blanco, el azul y el amarillo y el uso del *slogan* como pieza fundamental dentro del contenido del mensaje.

Por su parte, la estrategia del oficialismo ha estado basada en la imagen del Presidente Hugo Chávez, colocándolo como el protector de los pobres, así como la descalificación de los sectores de la oposición, y la creación de incertidumbre en la población a través de la hipótesis de un escenario de peligro para la Revolución Bolivariana ante una eventual victoria de sectores opositores. El objetivo era exaltar

la imagen benefactora y heroica del Presidente, así como llamar a votar por los candidatos del Partido Unido de Venezuela (PSUV) para garantizar la su continuidad en el Poder. Por su parte, la propaganda de cartel publicada en los medios impresos, fue bastante nutrida en cuanto a contenido y frecuencia de las mismas. El autor observó entre sus características: uso predominante del color rojo, uso del *slogan*, presencia del Presidente de la República en la mayoría de ellas, frases cortas, gran variedad en el manejo del mensaje: historietas, cartas, recuerdos del pasado, promesas para el futuro, cómo votar y por quién.

La campaña del oficialismo fue anunciada el 29 de enero de 2010, en una alocución del Presidente Hugo Chávez, en su programa “Aló Presidente”; llamándola “Campaña Admirable” en alusión a la acción militar de la Guerra de Independencia de Venezuela, comandada por el Libertador Simón Bolívar en 1813. La finalidad era que sus seguidores salieran a defender los logros de su gobierno y mantener la revolución socialista, al tiempo que advirtió sobre los peligros de que regrese la derecha al poder en el país sudamericano.

Sin embargo, existe un común denominador que representó la campaña electoral para este año. Tanto como la oposición, el oficialismo, y el CNE como ente regulador de los comicios electorales, dirigieron sus campañas para derrotar la abstención generada en años anteriores e incentivar a la gente a votar a través de la eliminación de los miedos infundados por el proceso de votación.

El presente estudio hablará por sí sólo acerca de las similitudes y diferencias de las estrategias de campaña utilizadas por los diferentes partidos políticos venezolanos y los principios aplicados por el Ministerio de Propaganda en la Alemania Nazi, el cual marcará la pauta para el estudio de posteriores campañas electorales a nivel mundial.

Se presentará un cuadro referencial el cual será la base para la comprensión del análisis, en donde se engloba los conceptos más importantes que servirán de apoyo para el estudio. La inclusión de la información en los cuadros se realiza luego de haber realizado el análisis del discurso, bajo la estructura de Teun Van Dijk y la propuesta de cuadros realizada por el autor.

Los resultados obtenidos serán la base que demostrará que bando de la política venezolana, durante la campaña electoral, hizo uso de los elementos propagandísticos utilizados por Joseph Goebbels.

Cuadro Referencial 2

DECÁLOGO DE JOSEPH GOEBBELS (1 de 2)			
ALEMANIA		VENEZUELA - 2010	
Principio	Definición	Oposición	Oficialismo
1. Ley de la simplicidad	✓ El mensaje debe ser lo más sencillo posible para la comprensión (Pág. 191)		
2. Ley de la espoleta	✓ Mensaje con fuerte carga emocional. Exaltan las fobias (Pág. 192)		
3. Ley de la simpatía	✓ Opiniones y argumentos se combaten con provocación dirigida directamente a los sentimientos (Pág. 192)		
4. Ley de la Simplificación y del Enemigo Único	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Abarca el <i>slogan</i>, la voz de orden, los símbolos, entre otros. La finalidad era transmitir mensajes cortos y concisos para llegar a la mayor población posible. ✓ Concentrar en una sola persona las esperanzas del campo al cual se pertenece o al odio que se siente por el campo adverso (Pág. 193). 		
5. Ley de Exageración y Desfiguración	✓ Resaltar todas las informaciones que le fuesen favorables (Pág. 194).		

DECÁLOGO DE JOSEPH GOEBBELS				(2 de 2)
ALEMANIA		VENEZUELA - 2010		
Principio	Definición	Oposición	Oficialismo	
6. Ley de la Repetición	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Importancia de la reiteración extrema del mensaje para lograr su eficacia y retención (Pág. 195). 			
7. Ley de la dosificación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantener una presencia constante en los medios (Pág. 196) . 			
8. Ley de la Unanimidad y del Contagio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reforzar la unanimidad, y aún la de crearla artificialmente ✓ Causar el contagio a través de las manifestaciones de grandes masas, bien sea un mitin o un desfile. Los elementos utilizados fueron: las banderas, estandartes y ornamentos; los emblemas e insignias; las inscripciones; los uniformes; la música; y para la noche proyectores y antorchas (Pág. 196). 			

DECÁLOGO DE JOSEPH GOEBBELS			(1 de 6)
ALEMANIA	VENEZUELA – 2010		
	OPOSICIÓN	OFICIALISMO	
1. Ley de la simplicidad	<p>Predominancia de frases cortas y consisas en todas sus publicaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vota por la UNIDAD en la tarjeta que tú quieras. • Este 26 ¡fíjate bien! • Siempre te acompaña. • Para vivir y progresar en paz. • ¡VOTA SOL! • EL CAMBIO... Está Llegando • Proyecto Venezuela. • Unidad y Cambio. • Vota aquí. • Márcalas todas... • ¡Lucha con tú voto! 	<p>Predominancia de frases cortas y consisas en todas sus publicaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • VOTA PSUV • CON CHÁVEZ EL PUEBLO ¡PA´LA ASAMBLEA! • CIRCO LEGISLATIVO OPOSITOR • EL LIBRETO OPOSITOR • OJO PELAO EL 26S • ¡EL PUEBLO PA´LA ASAMBLEA! • ¡ARRANCA LA CAMPAÑA ADMIRABLE! • EL DECÁLOGO DE LA VICTORIA • PARA QUE SE PROFUNDICE LA REVOLUCION • EL Pueblo es Mayoría • EL PUEBLO ¡PAL´PARLATINO! • LEY DE LOS CONSEJOS COMUNALES • ESTE 26 DE SEPTIEMBRE 	

DECÁLOGO DE JOSEPH GOEBBELS			(2 de 6)
ALEMANIA	VENEZUELA – 2010		
	OPOSICIÓN	OFICIALISMO	
2. Ley de la espoleta	---	<p>Mensaje con carga emocional; exaltar el miedo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ley de Explotación Juvenil. • Desacreditar el Poder Electoral. • Desestabilizar al País. • ¿QUÉ HACE FALTA? ¿GUARIMBEROS? ¿O POLÍTICOS RESPONSABLES? • ¿QUÉ HACE FALTA? ¿REPRIMIR AL PUEBLO? ¿O DEFENDERLO? • ¡NO PODEMOS OPTAR ENTRE VENCER O MORIR, NECESARIO ES VENCER! 	
3. Ley de la simpatía	<p>Mensajes dirigidos a los sentimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para vivir y progresar en paz. • Proyecto Venezuela Siempre te acompaña 	<p>Mensajes dirigidos a los sentimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UN SENTIMIENTO QUE LATE EN EL CORAZON DE VENEZUELA. • CON CHÁVEZ EL PUEBLO ¡PA' LA ASAMBLEA! • EL DECÁLOGO DE LA VICTORIA. • Por el futuro: Sólo la Revolución puede hacer posible un país de oportunidades para todos: con créditos para los pobres, acceso incluyente a las tecnologías, la educación, la alimentación y la salud. La Revolución ha devuelto a los venezolanos el orgullo, la dignidad y la esperanza. 	

DECÁLOGO DE JOSEPH GOEBBELS			(3 de 6)
ALEMANIA	VENEZUELA – 2010		
	OPOSICIÓN	OFICIALISMO	
4. Ley de la Simplificación y del Enemigo Único	<p>Uso del slogan y símbolos:</p>  <p>Concentración del poder o rechazo en una sola persona. Se observa presencia de imágenes de candidatos a favor del partido:</p> <ul style="list-style-type: none"> • María Corina Machado. • Antonio Ecarri. • Stalin González. 	<p>Uso del slogan y símbolos:</p>  <p>Concentración del poder o rechazo en una sola persona.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se observa presencia de la imagen del Presidente de la República en repetidas ocasiones (5). 	

DECÁLOGO DE JOSEPH GOEBBELS (4 de 6)		
ALEMANIA	VENEZUELA – 2010	
	OPOSICIÓN	OFICIALISMO
5. Ley de Exageración y Desfiguración	---	<p>Resaltar todas las informaciones que le fuesen favorables.</p> <p>Infografía 14:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LEY DE LOS CONSEJOS COMUNALES. LEY DE TIERRAS Y DESARROLLO AGRARIO • LEY DE PESCA Y ACUICULTURA. <p>Infografía 10:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2005 (HACE 5 AÑOS) “...una retirada casi masiva de candidatos de la oposición para las próximas elecciones parlamentarias ha generado una crisis...” • 2002 (Hace 8 años) “...ustedes se van a tener que comer las alfombras, se van a tener que comer las sillas y las mesas que están allá adentro, porque no les va a entrar comida, no les va a entrar agua, les vamos a cortar la luz después que vean esta transmisión...” (Asedio a la Embajada de Cuba). <p>Infografía 12:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sosteniendo la quinta columna: guarimba, terrorismo, golpe de estado. <p>Infografía 13:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venezuela fue pionera del proceso de Independencia de los países latinoamericanos en el Siglo XIX frente al Imperio Español y ésta vez en el Siglo XXI asume la misión de precursora de la liberación del Imperio estadounidense.

DECÁLOGO DE JOSEPH GOEBBELS (5 de 6)		
ALEMANIA	VENEZUELA – 2010	
	OPOSICIÓN	OFICIALISMO
6. Ley de la Repetición	Reiteración de un mensaje para lograr su retención: <ul style="list-style-type: none"> • Vota por la UNIDAD en la tarjeta que tú quieras. • Para vivir y progresar en paz. • El cambio... Está Llegando. • ¡VOTAL SOL! • 	Reiteración de un mensaje para lograr su retención: <ul style="list-style-type: none"> • VOTA PSUV • EL PUEBLO ¡PA´ LA ASAMBLEA! • ESTE 26 DE SEPTIEMBRE VOTA • LA LLAVE DE CHÁVEZ
7. Ley de la dosificación	En la campaña se mantuvo la presencia constante de los candidatos: <ul style="list-style-type: none"> • María Corina Machado. • Antonio Ecarri. 	En la campaña se mantuvo la presencia constante de: <ul style="list-style-type: none"> • Hugo Rafael Chávez Frías

DECÁLOGO DE JOSEPH GOEBBELS (6 de 6)		
ALEMANIA	VENEZUELA – 2010	
	OPOSICIÓN	OFICIALISMO
8. Ley de la Unanimidad y del Contagio	---	<p>En prensa se cumple este principio a través de fotografías de grandes concentraciones en varios Estados del país, así como a través de caricaturas:</p> <p>Infografía 18.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¡Vamos, pues A LA VICTORIA! MIRANDA <p>Infografía 16:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¡VAMOS A LA VICTORIA! <p>Infografía 12:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El pueblo ¡Pa´ La Asamblea! <p>Infografía 8 – 9:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ANZOÁTEGUI SE MOVILIZA EN APOYO A LOS CANDIDATOS DEL PUEBLO.

III.3-. Análisis comunicacional de la realidad venezolana con la realidad de la Alemania nazi y los principios de la propaganda política planteados por Joseph Goebbels.

En los últimos años Venezuela ha atravesado una combinación de factores y circunstancias llena de contrariedades en los ámbitos político e histórico. Las constantes elecciones efectuadas desde el año 99, con la llegada de Hugo Chávez al Poder, no han logrado soluciones favorables para combatir la crisis política y social del país. Es por esto, que los procesos electorales se han constituido como una herramienta de gran importancia para reconstruir el mecanismo de representación confiable que permita que dicho conflicto se desarrolle por la vía democrática.

El caso específico para esta investigación fueron las elecciones legislativas de 2010, escogido por ser un proceso de suma complejidad para su análisis, debido al contexto histórico en el que se desarrolló. Una asamblea constituida en su mayoría por dirigentes del oficialismo y una oposición resentida con el organismo regulador de los procesos electorales (CNE). Para el año 2010, se intenta cambiar el panorama y se comienza una campaña cuyo fin era reducir los índices de abstención y lograr el equilibrio del Poder Legislativo.

La campaña que se desarrolló durante un mes, estuvo cargada de propaganda con un alto contenido ideológico por parte de ambos bandos (oposición y oficialismo). El objetivo era inducir a la mayor cantidad de electores a tomar determinadas posiciones respecto a la situación que se vivía. La objetividad escapa de las manos de muchos cuando se trata de emitir un juicio de valor acerca de la situación actual de Venezuela. Es por esto que el autor propuso un estudio de esta

realidad basada en estructuras ya conformadas en el pasado, como lo son Teun Van Dijk y Joseph Goebbels.

Tal como se pudo observar durante el desarrollo de la investigación, a Joseph Goebbels, se le debe el establecimiento de un conjunto de principios y fundamentos metodológicos que, de manera unificada, alinearon todo el desarrollo comunicativo del Gobierno Nacional Socialista en un marco planificado y estratégico que promovía campañas políticas dirigidas netamente a influir sobre la población.

Siguiendo estos lineamientos, el análisis estuvo dirigido a descomponer la propaganda política difundida a través de dos medios impresos de mayor tiraje en el país (Últimas Noticias y El Universal) con el fin de descubrir la similitud entre la realidad venezolana y la vivida en la Alemania Nazi. Se tomó como base para el desmontaje del discurso, la estructura propuesta por el teórico Teun Van Dijk, para luego compararla con el modelo goebbeliano de propaganda nazi.

Los resultados obtenidos muestran que tanto el bando del oficialismo como el bando de la oposición hacen uso de elementos descritos dentro del Decálogo de Goebbels. Sin embargo, el grupo que más utilizó estos elementos fue el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) como representante del bando del oficialismo. Técnicas que si bien fueron producto de una mente maquiavélica, consumida por el odio hacia los judíos y que llegó a controlar todos los hilos del poder en la Alemania Nazi; entonces la realidad que concierne a la población ahora es ¿para qué este grupo hace uso de estos principios propagandísticos desarrollados por Joseph Goebbels?

Conclusión

La propaganda política se ha convertido con el pasar de los años, en un fenómeno mediático que se ha desarrollado en el mundo entero, produciendo en los receptores estímulos en sus conductas y cambios en su forma de pensar y actuar. Históricamente, en sus inicios, la propaganda ha sido empleada como un aliado en todo proceso político, actividad social o religión; siendo su característica principal la de propagar una ideología o creencia. Sin embargo, el ser humano ha creado diferentes formas de difusión que le han permitido captar y persuadir a la mayor cantidad de ciudadanos posible; desvirtuando y transformando el origen del término para convertirlo en una maquinaria capaz de afectar el desenvolvimiento de la población.

Por su parte, durante la Segunda Guerra Mundial el gobierno alemán, liderizado por Adolf Hitler, promovió campañas que generaron un impacto notable en todos los sectores de la sociedad, a través de la difusión de mensajes destinados a crear y a su vez, satisfacer necesidades de los habitantes. Joseph Goebbels, Ministro de la Propaganda, estableció un conjunto de principios que buscaron la unificación del partido nazi y su durabilidad en el Poder. La aplicación de estos elementos les aseguró mantener condiciones estratégicas particulares, mediante la configuración de la información y su difusión efectiva a todos los sectores de la población.

Las estrategias discursivas utilizadas variaban de acuerdo al público al que iba dirigido. Sin embargo, los mensajes siempre fueron estructurados con contenidos cortos y sencillos al entendimiento de toda la población. Resaltó el uso de *slogan*, símbolos e imágenes que mostraban la realidad que estaban viviendo.

Por su parte, la realidad venezolana desde hace varios años se ha configurado bajo un sistema político controversial, donde se han destacado las campañas electorales como base fundamental para el desarrollo del país. Es por esto que se inicia la investigación haciendo un recorrido a través de la historia de las campañas

electorales y la relación con los elementos utilizados en la Alemania Nazi. Se conoció el origen del término, sus características, sus primeros usos y su desarrollo a través del tiempo.

Por otro lado, se elige realizar un análisis de contenido de alguna campaña venezolana para comprobar la similitud con el modelo goebbeliano. Sin embargo, era necesario descomponer el todo en partes, y para ello se utilizó la estructura propuesta por el teórico Teun Van Dijk, quien a través de sus trabajos define el término discurso como una forma específica del uso del lenguaje, así como de interacción social.

El análisis del discurso en la práctica se concentra en los fenómenos detrás de cada oración. Un mensaje se conforma con el conjunto de palabras expresadas en un texto, es por eso que el análisis de contenidos hay que entenderlo como una forma de interacción entre el analista y el emisor del mensaje.

Es por esto, que en la segunda parte de la investigación se trabajó bajo los lineamientos estructurales del análisis del discurso, tomando como base un cuadro referencial creado por el autor, con el fin de lograr una mayor facilidad a la hora de realizar el desmontaje de la campaña legislativa de 2010, tanto de los partidos de oposición como de los partidos del oficialismo.

Por último, se realiza la comparación entre los resultados obtenidos a través del análisis del discurso y los principios utilizados por el Ministro de la Propaganda nazi, Joseph Goebbels, concluyendo que el modelo político venezolano mantiene vivo el espíritu de este tipo de campañas electorales.

Anexo A

ANEXO A.1

(1 DE 3)

el Domingo Domingo 22 Agosto 2010 Últimas Noticias

IMPELABLES

- Ellos Yagüe Gardel fue recibido como una superestrella en Venezuela. P.10-11
- Herberto Alvarado Costa Rica es "pura vida" y futura potencia tecnológica. P.10
- Gustavo Oliveros El Mohedano da gusto al paladar del más exigente comensal. P.11

Los créditos chimbos de Banorte. P.17

Campaña regulada se inicia el miércoles

Por un mes los candidatos deberán cumplir con las normas del CNE

Yngrid Yohanna Rojas / yingridyohanna@noticias.com

Conseguir un rincón del país que no tenga propaganda electoral, o cuyos habitantes no hayan escuchado al menos una propuesta de algún candidato es resaca difícil. Desde el momento en que los partidos políticos definieron sus aspiraciones, se inició la promoción de los candidatos.

En el cronograma de las elecciones parlamentarias del 2010, la campaña figura un mes para la campaña. El período oficial para que los candidatos hagan propaganda comienza el próximo 25 de agosto a las 6 am y termina el 23 de septiembre a la medianoche.

Los presidentes del CNE, Tibisay Lucena, lo ha dejado claro en diversas oportunidades, el ente rector solo regulará la promoción de los candidatos durante ese lapso, todo lo que se haga antes no es materia del órgano electoral.

A partir del 25 de este mes los candidatos y partidos se registrarán por dos reglamentos: el N° 1 de la Ley Orgánica de Procesos Electorales en materia de propaganda y por el Especial sobre la campaña electoral.

A continuación se presenta una guía con algunos aspectos relacionados con la difusión de la propaganda electoral durante la campaña.

1 ¿Qué se entiende por propaganda electoral para efectos de la campaña?

Se entiende como propaganda electoral, el conjunto de elementos y piezas publicitarias, difundidas y expuestas por cuales medios o su alcance, por parte de las organizaciones políticas, grupos de electores, las comunidades u organizaciones indígenas, y sus candidatos, que expresen llamados a votar por determinada candidatura o por alguna personalidad política. El Consejo Nacional Electoral establecerá para cada proceso electoral el lapso de la campaña, así como sus regulaciones específicas, y cualquier otro aspecto relativo a la materia.

2 ¿Cómo se mide la participación en programas informativos?

La participación de los candidatos y dirigentes de los partidos, grupos de electores, y comunidades u organizaciones indígenas, en programas de opinión e informativos de radio o televisión, o en los medios de comunicación social impresos, digitales u otros medios de información masivos, se mide mediante propaganda electoral.

3 ¿Pueden los medios paralizarse por una tendencia o partido?

Los medios de comunicación social, públicos o privados, y los productores independientes, no podrán difundir por cuenta propia ningún tipo de propaganda tendiente a apoyar a algún candidato, ni a estimular o desestimular el voto del elector.

4 ¿Cuándo se puede hacer campaña con megáfonos?

La propaganda que se realice mediante sistemas de amplificación de sonidos solo podrá efectuarse los días viernes, sábados y domingos, en el horario comprendido entre las 10 am y las 8 pm. Se garantiza el volumen que assure la tranquilidad ciudadana.

5 ¿Qué requisitos deben cumplir los candidatos y organizaciones ante el CNE?

Los candidatos, los partidos políticos, los grupos de electores y las organizaciones indígenas deberán informar por escrito, en el lapso establecido por el CNE, los datos de identificación de las personas naturales o jurídicas autorizadas para contratar la propaganda electoral. Los datos de identificación deben incluir nombres y apellidos, cédula de identidad u RIF, el código con el que actúan y la dirección o domicilio, a los efectos de cualquier verificación.

Sitios prohibidos

- Edificaciones de órganos y entes públicos.
- Templos, cónsules, hospitales y unidades geriátricas.
- Monumentos públicos y árboles.
- Sitios públicos, cuando impliquen o dificulten el libre tránsito de personas y vehículos.
- Lugares públicos destinados a actividades infantiles.
- Centros de educación preescolar, básica y media.
- Bienes públicos y bienes objeto de servicios públicos.
- Casas o edificaciones de los particulares, sin el consentimiento expreso de sus propietarios u ocupantes, quienes podrán retirar la propaganda electoral que sea colocada sin su consentimiento.

ANEXO A.1

(2 DE 3)

siete

¿Cómo debe ser la cobertura informativa de los medios de comunicación?

Los medios de comunicación deben abstenerse y no emitir opiniones, comentarios o juicios sobre los candidatos y el proceso de la campaña. A su vez, deben abstenerse de emitir opiniones en cuanto al tiempo y espacio dedicados a las informaciones relativas a las actividades desarrolladas por los candidatos.

6 **¿Qué se entiende por fiscalización electoral?**

Son aquellas actividades realizadas con el objeto de vigilar y verificar el cumplimiento de la Ley Orgánica de Procesos Electorales y el Reglamento en materia de propaganda electoral. La Fiscalización Electoral la ejercen a cabo Fiscales Electorales, designados en el ámbito regional o municipal, según el proceso electoral que se trate, sin menoscabo de cualquier otro activo que el Consejo Nacional Electoral acuerde. Todas las actividades que realicen los Fiscales Electorales deberán ser registradas en el sistema automatizado de fiscalización de la campaña electoral. Además, habrá una comisión de sustentación que estará bajo la supervisión de la Comisión de Participación Pública y Financiamiento, la cual se encargará de estudiar los casos que lleguen los ciudadanos a través de la denuncia, y de emitir un informe.

7 **¿Dónde se cancelan las multas?**

Las personas objeto de sanciones por incumplimiento de lo establecido en el reglamento deberán pagar la multa dentro de los dos (2) días siguientes contados a partir de su imposición, ante la Oficina recaudadora de fondos nacionales y personalmente, presentar original y copia de la planilla de pago ante la Unidad Regional Electoral respectiva, la cual lo remitirá a la Comisión de Participación Política y Financiamiento del CNE.

8 **¿Hay alguna sanción para los candidatos y partidos políticos?**

Los partidos políticos, los grupos de electores o los candidatos y las comunidades o organizaciones indígenas en cuya campaña electoral se difundió la propaganda en el reglamento, podrán ser sancionados o sancionadas con la prohibición de difundir publicidad y propaganda electoral hasta por un máximo de veinticuatro horas en el medio de comunicación social donde se cometió la falta, según su gravedad.

9 **¿Cuáles son las sanciones para quienes incumplan el reglamento de campaña?**

Quiénes no informen al CNE los datos de identificación de las personas naturales o jurídicas autorizadas para contribuir la propaganda electoral, serán sancionados con multa equivalente a 500 Unidades Tributarias (U.T. 2014) o arresto equivalente a 45.000 o arresto proporcional, a razón de un día de arresto por Unidad Tributaria. Quiénes difundan propaganda electoral no permitida serán sancionados con multa de 1.000 U.T. (U.T. 325.000) a 7.000 U.T. (U.T. 455.000). Quiénes coloquen propaganda en sitios prohibidos serán sancionados con multa de 15 U.T. (U.T. 975) a 50 U.T. (U.T. 3.250) o arresto proporcional, a razón de un día de arresto por Unidad Tributaria. Quiénes hagan propaganda con anglicismos de sonido fuera de los días y del horario permitido, y quienes alteren el sonido de la Unidad, serán sancionados con multa de 500 U.T. (U.T. 32.500) a 700 U.T. (U.T. 45.500) o arresto proporcional, a razón de un día de arresto por Unidad Tributaria.

10 **¿Qué pasa con la tv por cable y medios alternativos?**

La televisión por cable debe ser definida como la difusión gratuita y planificada de los miembros del CNE, de acuerdo a lo establecido en la Ley Orgánica. Para promover dicho servicio se establecen canales, canales, blogs, etc., y el acceso se requiere en el momento de esta revisión.

11 **¿Qué pasa si hay destrucción de propaganda?**

Queda prohibido en todo momento, y de manera total o parcial, la destrucción de propaganda electoral en la campaña, salvo la cancelación realizada en casos permitidos por Ley.

12 **¿Hasta cuándo se pueden publicar encuestas en los medios de comunicación?**

Queda prohibido publicar o divulgar, a través de cualquier medio de comunicación social o otro medio de difusión, durante el lapso de veintidós (22) días anteriores al acto de votación, los resultados de encuestas o estudios de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias o intenciones de voto de los electores o los electoras. Se prohíbe la publicación de encuestas que no tengan fecha fideles.

13 **PROMUEVEN PROPAGANDA QUE**

- Se promulga fuera del lapso establecido por el CNE.
- Atente contra el honor, vida privada, intimidad, propia imagen, confiabilidad y reputación de las personas.
- Promueva la guerra, discriminación o intolerancia, y desobediencia a las leyes.
- Omita datos que permitan la identificación del promotor de la propaganda y el RIF.
- Desestime el ejercicio del derecho al voto.
- Contenga expresiones obscenas y desagravios contra órganos, entes y funcionarios del Poder Público.
- Utilice la imagen, sonido o presencia de niños o adolescentes.
- Utilice símbolos nacionales o regionales de la patria o colores de la República o colores de la Bandera Nacional y Regional.
- Utilice la imagen, nombres o apellidos de un ciudadano, así como colores y símbolos que identifiquen un partido, sin su autorización.
- Violente la normativa establecida en la legislación en materia de protección animal.
- Sea financiada con fondos de origen ilícito o prohibido por el reglamento.
- Sea financiada con fondos públicos distintos a los previstos en la ley.
- Sea financiada con fondos de origen extranjero.
- Sea financiada con fondos privados no declarados al CNE y al Seniat.
- Atente contra la salud mental de los ciudadanos.
- Promueva expresiones de discriminación de género de cualquier tipo.

Anexo B

ANEXO B.1

(1/2)



ANEXO B.2

(2/2)

Militante:

HAZTE PATRULLERO.
 Tu comunidad, el área más cercana a tu Centro o Mesa de Votación, o el sitio donde vives son espacios decisivos con miras a la campaña electoral del próximo 26 de Septiembre. Que el mensaje de la Revolución toque a cada venezolano comprometido con el futuro y los intereses del pueblo es tu responsabilidad.

- ★ Identifica la Unidad de Batalla Bolívar 200 correspondiente a tu Centro de Votación.
- ★ Ubica al Jefe de patrulla de tu mesa electoral y, si lo deseas, incorpórate a la maquinaria roja que garantizará el triunfo de la Revolución.
- ★ Consulta en el cuaderno del patrullero todas las orientaciones que conciernen a tu labor. Si no lo tienes, puedes descargarlo en <http://www.psu.org.ve/temas/biblioteca/cuaderno-patrullero/>

Recuerda que cada patrullero tendrá asignadas 10 personas que contribuirán con su voto a la gran victoria electoral

**CASA POR CASA, CARA A CARA,
 PATEANDO CALLES Y BARRIOS,
 AHORA MÁS QUE NUNCA
 SE HACE REVOLUCIÓN.**

**EL 26 DE SEPTIEMBRE
 EL PUEBLO ¡PA' LA ASAMBLEA!**

01F-130621129-2

Anexo C

ANEXO C.1



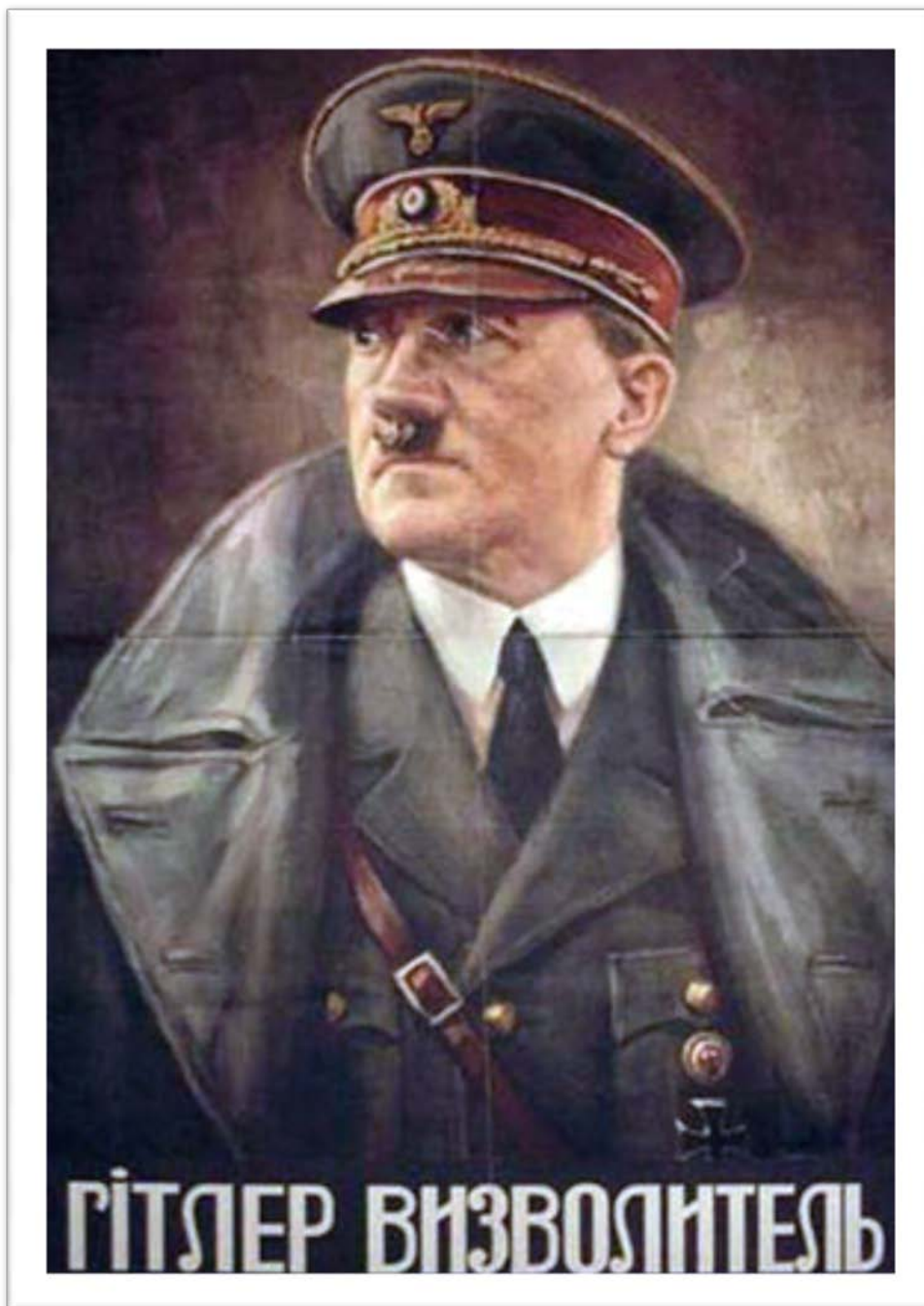
ANEXO C.2



ANEXO C.3



ANEXO C.4



ANEXO C.5



ANEXO C.6



ANEXO C.7



Anexo D

ANEXO D.1



Anexo E

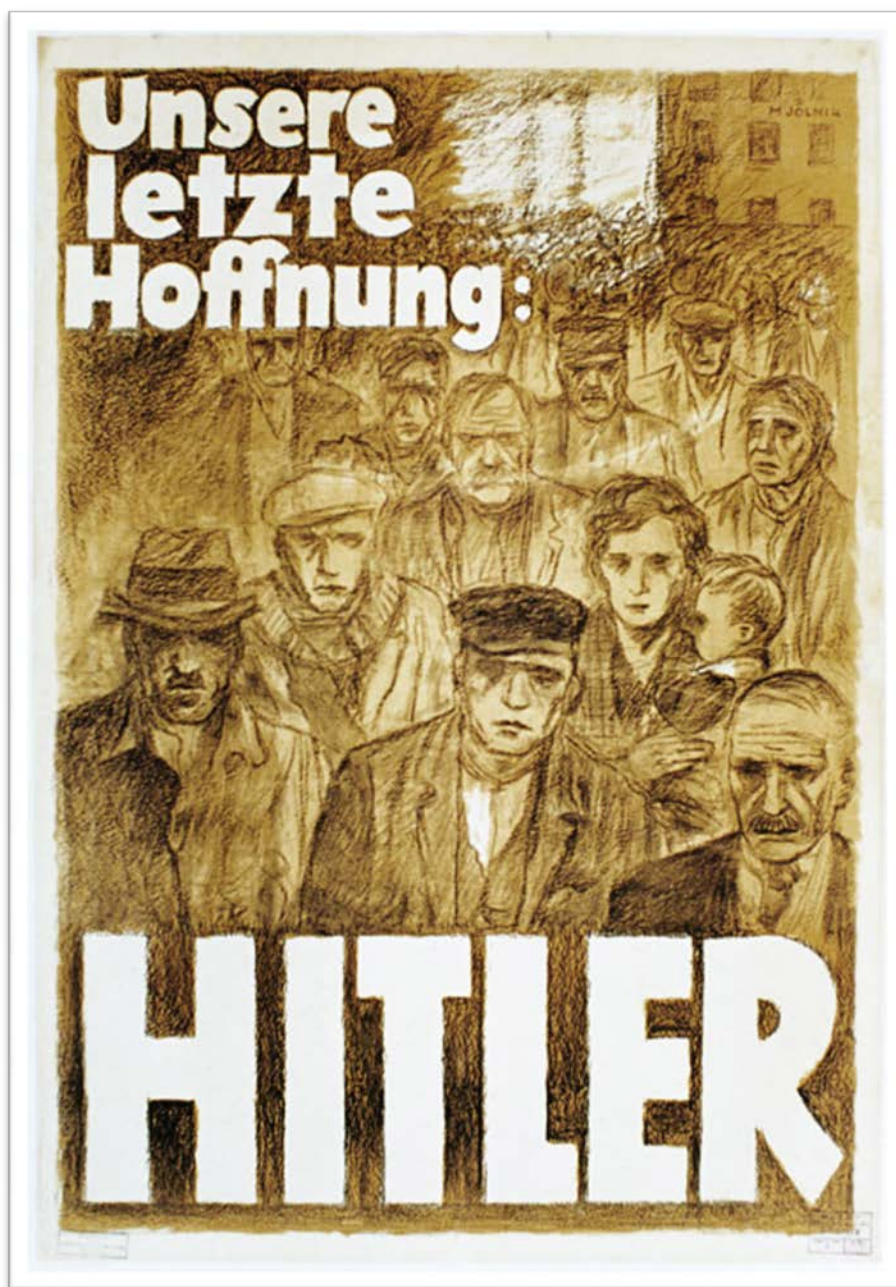
ANEXO E.1



ANEXO E.2



ANEXO E.3



ANEXO E.4



Anexo F

АНЕХО F.1



ANEXO F.2



Anexo G

ANEXO G.1



Anexo H

ANEXO H.1

Die Juden sind schuld!

Von Reichsminister Dr. Goebbels

Die historische Schuld des Weltjudentums am Ausbruch und an der Ausweitung dieses Krieges ist so hinreichend erwiesen, daß darüber keine Worte mehr zu verlieren sind. Die Juden wollten ihren Krieg, und sie haben ihn nun. Aber es bewahrheitet sich an ihnen auch die Prophezeiung, die der Führer am 30. Januar 1939 im Deutschen Reichstag aussprach, daß, wenn es dem internationalen Finanzjudentum gelingen sollte, die Völker noch einmal in einen Weltkrieg zu stürzen, das Ergebnis nicht die Bolschewisierung der Erde und damit der Sieg des Judentums sein werde, sondern die Vernichtung der jüdischen Rasse in Europa.

Wir erleben eben den Vollzug dieser Prophezeiung, und es erfüllt sich damit am Judentum ein Schicksal, das zwar hart, aber mehr als verdient ist. Mitleid oder gar Bedauern ist da gänzlich unangebracht. Das Weltjudentum hat in

ANEXO H.2



DAS REICH

38 PFENNIG
Nr. 16 JAHR 1945 DEUTSCHE WOCHENZEITUNG BERLIN 22. APRIL

IN NATIONALER NOTWEHR

AUS DEM INHALT

Reichsminister Dr. Goebbels: WIDERSTAND UM JEDEN PREIS
Herbert Rabe: IN EINSAMER GROSSE
Max Claess: DIE "LETZTE CHANCE"
Mouquet Boveas: EIN FEIND DEUTSCHLANDS
Curt Strohmeier: DER WEG DES WACHTMEISTERS ECKART
Franz Bergen: PAROLEN UND PROGRAMME
Ernst Adenauer: DEUTSCHE, NICHT FRANZÖSISCHE REVOLUTION
Friedrich Reuber: DER GLAUBE AUS DEM GEMÜT

Franz Bäke

Der Soldat steht im tiefen westlichen Europa der Jahre vor gut achtzig Jahren, kämpfend — Erleichterung, als der letzte Weltkrieg. Der Mann mit dem stich gelben Gesicht und den blauen Augen hat ein Gesicht, was seitlich einen klaren Strich der menschlichen Krone markiert. Der General hat es noch immer verstanden, auch die neuesten Tugenden einer Sache der Hölle abzuweisen und die Dinge für sich zu entscheiden. Weil es in der Gesellschaft dieser Jahre keine Spielregeln gibt, sind die Soldatenkämpfer — Soldat, nicht über die rechte Größe. Er hat Masken. Der ungenügende Versöhnungsfragen, der die Front von mindestens 20 italienischen Panzer-Korps auf die Frontal schickte hat sich auch in der Geschichte. Wenn die Versöhnungsfragen das Gefühl für lebendig erfüllte Fiere hervorruft.
Der militärische Ruf des SA-Führers Bäke von Hagen im Westfeld wurde im Westfeld aus begründet. Dort führte er als Leutnant d. B. wie zuvor in Polen, eine Kampagne.



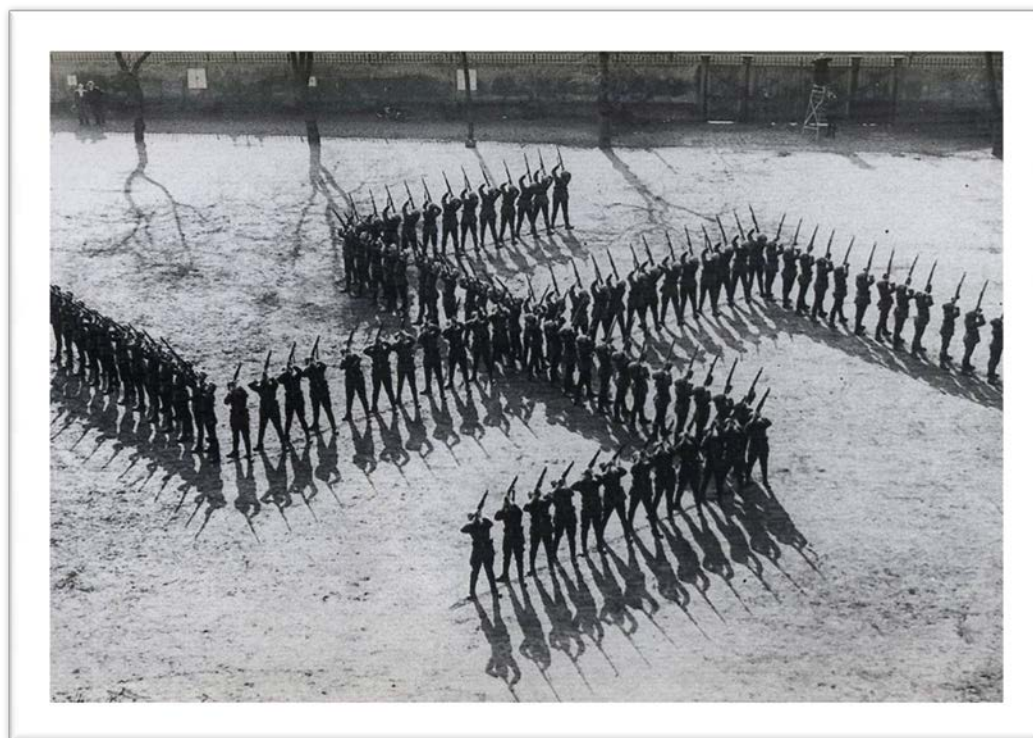
Widerstand um jeden Preis

Von Reichsminister Dr. Goebbels

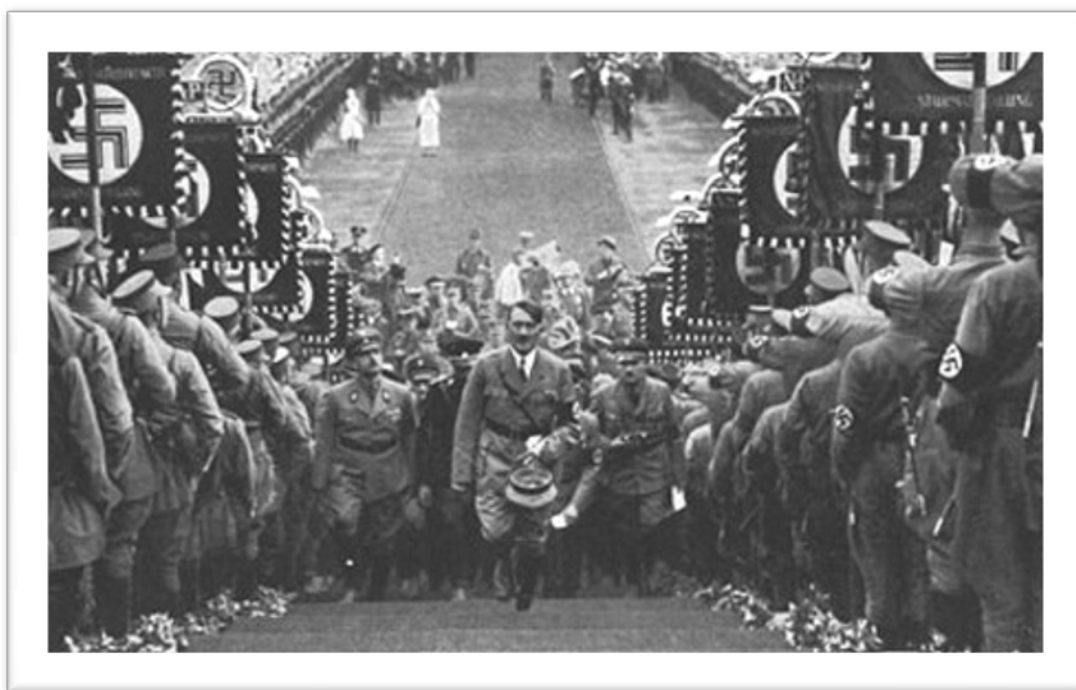
Der Krieg ist in ein Stadium eingetreten, in dem nur noch der volle Einsatz der Nation und jeder einzelnen Stellung bringen kann. Die Verteidigung der Freiheit unseres Volkes ist nicht mehr allein Sache der an der Front kämpfenden Wehrmacht, sie wird auch in der Zurückbehaltung von Mann und Frau und Knabe und Mädchen mit einem Fanatismus übergründlich aufgenommen werden. Der Feind rechnet damit, daß er, wenn seine Panzerregimente vorgedrungen sind, im Binnenland keinen Widerstand mehr finden wird. Er glaubt von sich von der Angst vor seiner Materialüberlegenheit so überwunden, daß wir die Dinge laufen lassen, wie sie laufen, gleichgültig was da kommen mag. Durch diese feindliche Rechnung gilt es einen Schritt zu machen. Es darf kein Dorf und keine Stadt geben, die sich irgendwem einem dem Feind völlig unterwerfen. Es ist zwar stark, aber nicht so stark, daß er die von ihm durchsetzten Gebiete des Reiches besetzen könnte, ohne daß wir selbst ihn dabei unsere Hilfe helfen. Würde er uns einmal dazu bringen, unsere Waffen niederzulegen und zu kapitulieren, dann allerdings hätte er leichtes Spiel mit uns. Solange wir aber entschlossen bleiben, den höchsten Bedingungen in unser Land, die, nachdem sie unsere Städte und Provinzen durch einen gemeinsamen und unüberwindlichen Luftwaffen verwirklicht haben, dann unseren Lebens ableben. Widerstand um jeden Preis zu leisten, solange können wir nicht beugen werden, und nicht beugen werden darf es.

Anexo I

ANEXO I.1



ANEXO I.2



ANEXO I.3



Fuentes Bibliográficas

- AGOSTO, Patricia (2008) *El Nazismo La otra cara del capitalismo*. Ocean Sur Editorial. México.
- CASALMIGLIA, Helena; TUSON, Amparo (1999). *Las Cosas del Decir. Manual de Análisis del Discurso*. Editorial Ariel. Barcelona.
- DOMENACH, Jean- Marie (1968). *La Propaganda Política*. Editorial Universitaria de Buenos Aires. Argentina.
- DURANDIN, Guy (1990) *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Ediciones Paidós. España.
- GOEBBELS, Joseph (1938) *La Conquista de Berlín*. Alemania
- HITLER, Adolf (1924). *Mi Lucha*. Editora México. México
- PASQUALI, Antonio (1963) *Comunicación y Cultura de masas*. Colección Estudios Monte Ávila Editores. Primera Edición; Venezuela.
- SARTORI, Giovanni (1997). *Homo Videns; La sociedad teledirigida*. Editorial Taurus; España.
- SOJO, Iván Abreu (2007). *El Imperio de la propaganda* Vadell Hermano Editores. Caracas, Venezuela.
- BEAUDOUX, Virginia; D'ADAMO, O; SLAVINSKY, G (2011) *Propaganda Gubernamental tácticas e iconografías del Poder*. La Crujía Ediciones. Argentina.
- VAN DIJK, Teun A (1997) *El Discurso como estructura y proceso*. Gedisa Editorial. Barcelona-España.
- VAN DIJK, Teun A (1996) *ESTRUCTURA Y FUNCIONES DEL DISCURSO*. Siglo veintiuno Editores. México D.F.
- VAN DIJK, Teun A (1996) *Análisis del Discurso ideológico*. México
- VIVALDI, Martin G. (2000) *Curso de redacción Teoría y Práctica de la Composición y del ESTILO*. Editorial Paraninfo. España.
- MATTELART, Armand y Michele (1997) *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Paidós Comunicación. España.
- (2009) *Gramática y Ortografía Esencial del Español*. Biblioteca Esencial de la Lengua. Editorial Espasa.

Publicaciones

ALVAREZ, Ángel E. (2000) Buenas noticias y mala propaganda: El uso de los medios en la campaña política de 1998. Anuario ININCO Nro. 12. Pág. 35-52

ANTAKI, Charles; BILLIG, Michael; EDWARDS, Dorech; POTTER, Jonathan (2003) El análisis del discurso implica analizar: Crítica de seis atajos analíticos. Grupo de Discurso y Retórica. Departamento de Ciencias Sociales, Universidad de Loughborough.

BROWN, Gillian; YULE, George. *Análisis del Discurso*. Cap. 2 El papel del contexto en la interpretación. Pag. 49-94.

BOLÍVAR, Adriana (2001) *Changes in Venezuelan political dialogue: the role of advertising during electoral campaigns*. Discourse & Society.

BOLÍVAR, Adriana (1992) *The analysis of political discourse, with particular reference to the Venezuelan political dialogue*. English for Specific Purposes.

COLOMÉ, Gabriel (1994) *Política y medios de comunicación: una aproximación teórica*. Universidad autónoma de Barcelona. España

DE CABEZA, Lourdes Molero (2003) *Recursos lingüísticos y estrategias discursivas en la construcción de la imagen del pueblo en el discurso político venezolano*. Oralia; Vol.6

DE COCK, Bárbara (2009) *Funciones pragmáticas de la referencia de persona en el lenguaje coloquial y en el discurso político*. Oralia; Vol.12

ECHETO, Roberto (2007) *El veneno en el lenguaje de los venezolanos*. Debates IESA; Vol. 12

FRIAS, Antonio (2002) *La manipulación en la imagen tergiversa la información*. Revista Latina de Comunicación Social; Nro.52

FRIAS, Antonio (2003) *La manipulación mediática en el conflicto venezolano*. Revista Latina de Comunicación Social; Nro.54

GARCÍA, Dorde Cuvardic (2004) *La metáfora en el discurso político*. Revista Reflexiones; Vol.83

GAROZ, Alexei Z (2007) *El análisis del Discurso en la organización y representación de la información y el conocimiento*. ACIMED Vol.16, La Habana.

MARTÍN, Concha Mateos (2002) *Teoría de la segregación de públicos al servicio de la propaganda política*. Revista Latina de Comunicación Social; Vol.5

MEERSOHN, Cynthia (2005) *Introducción a Teun Van Dijk: Análisis del Discurso*. Universidad de Chile.

MORALES, Oscar A; ALTUVE, María; Ilich, Alberto (2006) *La argumentación en la propaganda política de la campaña de las elecciones venezolanas de 2005*. Revista Latina de Comunicación Social.

- MORENO MAY, Kenneth (2004) *Entre la lógica, el entendimiento y el lenguaje*. Universitas Philosophica. Bogotá- Colombia.
- MOSQUERA, Alexander (2006) *El discurso de la manipulación mediática en torno al "adoctrinamiento" por parte del Estado Venezolano*. Cuaderno Venezolano de sociología. Vol.17. Nro.3
- NELLI, María Florencia (2003) *El Discurso de la persuasión en Filóteles de Sófocles*. Lenguaje y Manipulación. Universidad Nacional de la Planta. Argentina.
- NIETO Y OTERO, María Jesús (2004) *La Comunicación afectiva en el discurso político venezolano*.
- OBANDO, Adriana (2007) *El Lenguaje y los Códigos comunicativos que detrás de él circulan*. Grupo de Investigación en Lenguaje y Comunicación GRILEC. Medellín- Colombia.
- PIZARROSO, Alejandro (1997) *La historia de la propaganda una aproximación metodológica*. Universidad Complutense de Madrid. España.
- RODRÍGUEZ, Adriana (2008) *El Análisis del Discurso y sus Aportaciones a los Estudios Literarios en el marco de las coordenadas autor, obra, lector y contexto*. Revista Andamio Vol. 5, Nro. 9.
- SAAVEDRA, Alcira (2002) *El sentido es el lenguaje que significa más allá o más acá del orden logocéntrico del saber*. Revista de Estudios Sociales
- SCRETI, Francesco; JIMÉNEZ, Alfonso Martín (2009) *Análisis retórico y semio-lingüístico de las canciones de propaganda de dos partidos políticos (pp y psoc) durante la campaña electoral para las elecciones generales españolas de 2008*. Oralía; Vol.12
- SOJO, Iván Abreu (1998) *Líderes, imagen pública y medios de Comunicación Social*. Revista Latina de Comunicación Social; Nro.39
- SOJO, Iván Abreu (1999) *¿Es posible activar la conciencia ciudadana por medio de las opiniones públicas a través de los Mass Medias?* Revista Latina de Comunicación Social; Nro.22
- SOJO, Iván Abreu (2000) *¿Especial del silencio en las elecciones venezolanas de 1998?* Revista Latina de Comunicación Social. Nro.29
- SOJO, Iván Abreu (2001) *El estudio de la imagen pública ¿La clave del éxito?* Revista Latina de Comunicación Social; Nro. 39
- SOJO, Iván Abreu (2004) *TV-Propaganda, en el paro nacional de Venezuela: ¿Quo vadis?* Revista Latina de Comunicación Social; Vol. 7
- SOJO, Iván Abreu (2008) *Notas sobre la propaganda en la V República venezolana*; Universidad Central de Venezuela.
- VAN DIJK, Teun A. *Algunos Principios de una teoría de contexto*. Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso. Pág. 69-81.
- VAN DIJK, Teun A (1999) *El análisis crítico del discurso*. Revista Anthropos. Barcelona-España.

VAN DIJK, Teun A (2005) *Ideología y Análisis del Discurso*. Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social. Barcelona-España.

VILLANUEVA, Antonia Sánchez (2003) *Así son las cosas... Análisis del discurso informativo en televisión*. Grupo ILSE. Universidad de Almería

Fuentes Electrónicas

CALDEVILLA, David; *La propaganda audiovisual como generadora de nuevos símbolos y arquetipos ideológicos*. Universidad Complutense de Madrid. España. [Versión Electrónica] Disponible en:

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=940306>

DÍAZ, Ángel (2012) *Campaña Electoral venezolana (2006), medio impreso. Proyecto de reportaje de precisión de largo aliento*. Universidad Complutense de Madrid. España [Versión Electrónica] Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/canales7/eco/campana-electoral-en-venezuela-en-medios-impresos.htm>

KOENEKE, Herbert (2010) *26s: elecciones parlamentarias con protagonismo presidencial*. VenEconomía. Vol. 27 Nro. 11. Venezuela [Versión Electrónica] Disponible en:

http://www.veneconomia.com/site/files/articulos/artEsp6493_4902.pdf

MÉNDEZ, Alberto (2006) *Historia, propaganda política y el arquetipo del bastardo*. [Versión Electrónica] Tomado de: http://www.soberania.org/Articulos/articulo_2450.htm

SANJUAN, Ana María. *El cuadro político venezolano en 2006: La crisis por falta de consenso*. Instituto Universitario de Pesquisas de Río de Janeiro. [Versión Electrónica] Disponible en: <http://observatorio.iesp.uerj.br/>

RODERO, Emma; *Conceptos y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo*. Universidad Pontificia de Salamanca. España. [Versión Electrónica] Disponible en:

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-propaganda-nazismo.pdf>

TASCÓN, Luís (2009) *ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS ELECTORALES EN VENEZUELA DESDE LAS ELECCIONES DE 1998 HASTA EL REFERENDO DE 2009 CON PROYECCION A DICIEMBRE DEL AÑO 2010 (con base a la antigua ley del sufragio). ¿DE DONDE VENIMOS, DONDE ESTAMOS Y PARA DONDE VAMOS?* [Versión Electrónica] Disponible en: http://www.reporteconfidencial.info/gcw_semanario/pdf_1258504328.pdf

VAN DIJK, Teun A; *Discurso, Poder y Cognición Social*. [Versión Electrónica] Tomado de: https://www.geocities.com/estudiscurso/vandijk_dpcs.html

PSUV (2010) *Decálogo de la Victoria*. Caracas – Venezuela [Versión Electrónica] Tomado de: <http://www.psuv.org.ve/temas/noticias/decalogo-de-la-victoria/>

PSUV (2010) *Cuaderno del patrullero*. Caracas – Venezuela [Versión Electrónica] Tomado de: <http://www.psuv.org.ve/wp-content/uploads/2010/06/Cuaderno-del-Patrullero.pdf>

PSUV (2011) *Líneas Estratégicas de Acción Política*. Caracas- Venezuela [Versión Electrónica] Tomado de: <http://www.psuv.org.ve/portada/lineas-estategicas-de-accion-politica/>

Diccionario de la Real Academia Española [Versión Electrónica] Tomado de: <http://lema.rae.es/drae/>

Leyes

Reglamento Nro. 4 de Ley Orgánica de Procesos Electorales. Resolución Nro. 100722-0274 (2010, 22 de Julio) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela [Versión Electrónica] Tomado de: http://www.cne.gov.ve/web/normativa_electoral/elecciones/2010/parlamentarias/documentos/REGLAMENTO_4.pdf

Reglamento Nro. 5 de Ley Orgánica de Procesos Electorales. Resolución Nro. 100304-0043 (2010, 4 de Marzo) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela [Versión Electrónica] Tomado de: http://www.cne.gov.ve/web/normativa_electoral/elecciones/2010/parlamentarias/documentos/REGLAMENTO_5.pdf

Reglamento Nro. 6 de Ley Orgánica de Procesos Electorales. Resolución Nro. 100318-0058 (2010, 18 de Marzo) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela [Versión Electrónica] Tomado de: http://www.cne.gov.ve/web/normativa_electoral/elecciones/2010/parlamentarias/documentos/REGLAMENTO_6.pdf

Otras fuentes electrónicas

Wikipedia Enciclopedia en Línea [Versión Electrónica] Consulta: <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>

Monografías.com [Versión Electrónica] Consulta: <http://www.monografias.com/>

Fuentes Audiovisuales

SCHMIDERER, Othmar (Director) (2002) *La secretaria de Hitler* [Documental] Austria.

LUMET, Sidney (Director) (1957) *12 Hombres sin Piedad* [Película] Estados Unidos.

HACHMEISTER, Lutz (Director) (200) *El Experimento de Joseph Goebbels* [Documental] Alemania.

LOPEZ, R; DELGADO, P (Directores) (2008) *12 años sin piedad* [Documental]

RIENFENSTAHL, Leni (Director) (1935) *El triunfo de la Voluntad* [Película] Alemania

Publicaciones en Periódicos

Agencia Bolivariana de Noticias (2010, 4 Julio) *PSUV cerró talleres de formación a candidatos y patrulleros*, Últimas Noticias.

ALZURO, Alexis (2010, 26 Junio) *Los Independientes*, Últimas Noticias, p. 42

CAIONE, Cecilia (2010, 26 Junio) *PSUV aplazó despliegue de patrulleros*, Últimas Noticias, p. 26

DELGADO, Pedro (2010, Junio 3) *Confidencias del Catire*. *Las Verdades de Miguel*, p. 6.

MARTÍNEZ, Eugenio (2010, 28 Junio) Hasta el 25 de Agosto la campaña electoral carece de control, El Universal, p. 1-2-

RODRÍGUEZ, José G. (2010, Junio 17) Coctel de Camarones. Las Verdades de Miguel, p. 2.

ROJAS, Gabriela (2010, 20 Junio) El Voto que Cuenta Cerro Adentro, Últimas Noticias, p. 1-2.

ROJAS, Yngrid Y (2010, 22 Agosto) Campaña Regulada se inicia el miércoles. Últimas Noticias, p. 1-2-3.