

PROPAGANDE EN COLOMBIE À TRAVERS LES RÉSEAUX SOCIAUX :
LES OUTILS DISCURSIFS ET LA PERCEPTION DES JEUNES

Propagande en Colombie à travers les réseaux sociaux :
Les outils discursifs et la perception des jeunes

Maria Angélica Pineda Flórez

Maria Alejandra Espitia Bernal

MÉMOIRE DE FIN D'ÉTUDES

présenté pour l'obtention du diplôme de Professionnel en Langues Modernes

Mémoire préparé sous la direction de Olga Rocío Serrano Carranza

Programme en Langues Modernes

Université ECCI

Bogotá, Colombie

Septembre, 2021

Remerciements

Nous voudrions tout d'abord remercier grandement nos consultants externes, Carlos et Erika. Les mots ne suffisent pas pour exprimer notre profonde gratitude. Nous avons beaucoup grandi et gagné en confiance grâce à eux parce qu'ils ont toujours été là pour nous conseiller et s'assurer que le projet soit fait de la meilleure manière.

Nous adressons nos remerciements à Olga Serrano, notre directrice de mémoire. Un grand merci pour les heures que vous avez consacrées à ce travail de recherche.

Nous tenons également à remercier nos amis Daisy, Laura, Dayron, Cristian et Andrés pour leur soutien au cours de ces deux années. Un grand merci également à Lorena, Camilo, Jhonatan, Daniela, Nathalia, Paola, Angélique, Daniela, Esteban, Viviana, Francly, Fernando et Gerlys. Nous sommes ravies d'avoir partagé avec vous cette expérience.

Nous tenons à exprimer notre reconnaissance envers les étudiants en Langues Modernes qui ont eu la disponibilité et la disposition pour nous aider même s'ils ne nous connaissaient pas. Ils sont Sergio, Tania, Sofía, Luisa, Diana, Juliana Kimberley, Ana Lucía, Alejandra et Juan Felipe.

Résumé

Ce travail vise à explorer et à comprendre les composantes du discours politique sur les réseaux sociaux et leur impact sur la perception des jeunes. Cet exercice de recherche est réalisé au moyen de groupes de discussion et d'une enquête qui permettent d'évaluer la perception des jeunes de 18 à 24 ans à l'université ECCI dans les études en Langues Modernes. C'est une recherche qualitative et phénoménologique qui nous a permis de développer différentes perspectives face à la problématique qui a été proposée à partir de la question centrale de ce travail de recherche. Ce mémoire nous offre la possibilité de réfléchir dans le domaine de la politique en nous montrant grosso modo toutes les caractéristiques qui doivent être prises en compte lors de la prise des décisions politiques.

Mots-clés : les Outils Discursifs, la Propagande, la Perception et les Réseaux Sociaux.

Resumen

En este trabajo se busca indagar y comprender los componentes del discurso político en las redes sociales y el impacto que tienen en la percepción de los jóvenes, este ejercicio investigativo se desarrolla por medio de unos grupos focales y de una encuesta que permiten evaluar la percepción de los jóvenes entre 18 y 24 años de la universidad ECCI en la carrera de lenguas modernas. Esta es una investigación de corte cualitativo y fenomenológico, lo cual permitió a la investigación desarrollar diferentes perspectivas frente a la problemática que se propuso a partir de la pregunta central de este trabajo de investigación. Esta monografía nos ofrece la posibilidad de reflexionar en el campo de la política, mostrándonos grosso modo todas las características que se deben tener en cuenta a la hora de tomar decisiones políticas.

Palabras claves: Herramientas Discursivas, Propaganda, Percepción y Redes Sociales.

Table des matières

1.1 Justification	10
1.2 Objectifs	12
Chapitre 2 : Cadre de référence	13
2.1 Cadre théorique ou conceptuel	13
2.1.1 La propagande sur les réseaux sociaux, la diffusion du discours politique aujourd'hui	13
2.1.2 Les outils discursifs dans les campagnes électorales : la stratégie des partis politiques pour obtenir l'approbation du peuple	22
2.1.3 La propagande comme instrument d'attraction dans les campagnes électorales	27
2.1.4 Perception de la politique colombienne	31
Chapitre 3 : Méthodologie	38
3.1 Type d'étude	38
3.2 Tradition épistémologique	39
3.2.1 Participants	39
3.2.2 Rôle du chercheur	39
3.2.3 Étapes du développement méthodologique	40
3.2.4 Considérations éthiques	40

PROPAGANDE EN COLOMBIE À TRAVERS LES RÉSEAUX SOCIAUX :
LES OUTILS DISCURSIFS ET LA PERCEPTION DES JEUNES

	4
3.3 Instruments pour la collecte des données	41
Chapitre 4 : Analyse des données et résultats	42
4.1 Discussion des résultats	53
Chapitre 5 : Conclusions	60
5.1 Limitations de l'étude	63
5.2 Recommandation pour des travaux de recherche futurs	63
Références	64

Listes de figures

Figure 1 *¿Con qué Palabra Puede Relacionar el Vídeo?.....*

Figure 2 *¿Para Quién Cree que Va Dirigido el Vídeo?.....*

Figure 3 *Conociendo las Minorías del País y si Formara Usted Parte de una de Ellas, con el Vídeo se Sentiría Usted.....*

Figure 4 *Construir es el Verbo Base de la Propuesta del Vídeo de Iván Duque, esta Construcción la ve Usted como.....*

Figure 5 *Basándose Únicamente en el Vídeo y Dejando de Lado Cualquier Idea de la Actualidad ¿Votaría por Iván Duque?.....*

Liste de tableaux

Tableau 1	43
Tableau 2	47
Tableau 3	51

Introduction

La propagande a toujours été présente dans la société et elle a constamment été étudiée en raison des progrès technologiques et des changements significatifs qu'elle provoque au niveau mondial au fil des ans, c'est pour cela que les réseaux sociaux sont une partie essentielle et dans plusieurs pays ils sont utilisés afin que les hommes politiques puissent diffuser leurs idéaux pour trouver de nouveaux adeptes et les conserver. De plus, il faut tenir compte de l'importance des outils discursifs comme base pour créer la propagande. Ils se trouvent souvent implicites dans le message et sont donc parfois imperceptibles pour le récepteur, ils influencent les prises de décisions et se fondent sur un plaisir ou un dégoût inconscient envers un candidat.

À travers cette recherche, nous pouvons étudier la perception que les jeunes ont de la propagande et des outils du discours en Colombie, en particulier dans la campagne politique d'Ivan Duque en 2018, et dans la vidéo « El futuro es de todos » qui a été diffusée par le réseau social Facebook. À cette fin, nous avons créé des groupes de discussion avec des étudiants et des diplômés de l'Université ECCI dans une tranche d'âge de 18 à 24 ans.

Cette recherche se compose de 4 chapitres, dans lesquels sont exposés une série d'éléments nécessaires à la compréhension de la perception des jeunes étudiants et diplômés. Dans le premier chapitre *Propagande sur les réseaux sociaux* certains concepts clés sont abordés, ainsi que l'incidence de la diffusion d'un message politique à travers les médias de masse, l'apparition de Facebook et ses politiques pour permettre à la propagande d'y être ; Dans le deuxième chapitre *Les outils du discours dans les campagnes électorales : la stratégie des partis politiques pour obtenir l'approbation du peuple*, on parle des outils explicites et implicites utilisés par les partis politiques pour obtenir leurs idéaux, alors que dans le chapitre trois on parle

de la propagande comme un instrument d'attraction dans les campagnes électorales et on montre les facteurs à prendre en compte pour sa création, à savoir, l'étude des récepteurs et le type d'image que le candidat doit montrer devant eux. Le dernier chapitre *Perception dans la politique colombienne* évoque brièvement des moments historiques de celle-ci, en parlant des partis et des hommes politiques les plus célèbres en Colombie.

Ensuite, on trouvera une explication de l'outil utilisé dans la recherche pour la collecte des données, et aussi l'analyse et la discussion des résultats. Dans les conclusions, nous précisons si les objectifs de cette recherche ont été atteints. Enfin, nous présentons les limitations de l'étude.

Chapitre 1 : Mise en place de la problématique

« C'est de savoir bien déguiser cette nature de renard,
et de posséder parfaitement l'art et de simuler et de
dissimuler. Les hommes sont si aveuglés, si entraînés par
le besoin du moment, qu'un trompeur trouve toujours
quelqu'un qui se laisse tromper. »

(Machiavelli, 1513, p. 111)

Pour Machiavelli (1513), les partis politiques cherchent toujours des cibles, leur objectif est d'avoir plus d'adeptes afin de gagner et perdurer dans le pouvoir. Souvent, ils cherchent à attirer des votants en utilisant des mensonges qui se concentrent sur la résolution des problèmes économiques, politiques, sociaux, écologiques où n'importe quelle classe sociale peut en tirer profit. Actuellement, le discours politique a dû s'adapter de manière stratégique pour répondre aux besoins de la population, c'est-à-dire du récepteur dans des domaines tels que la sécurité,

l'éducation, la santé, le changement climatique, l'égalité des sexes et les droits de l'homme et ainsi atteindre une portée plus large, puisque les individus consomment l'information à travers les médias comme la télévision, la radio, la presse, les panneaux d'affichage, la voix vocale et l'Internet.

En Colombie, il y a une faible participation des jeunes au moment d'exercer leur droit et leur devoir de vote. « El 55.2 % de los jóvenes consideran que la democracia es la mejor forma de gobierno pero no votan, piensan que la democracia va más allá del ejercicio electoral » (Ministerio del Interior, 2017). Sur la base de cette information, c'est notoire que les jeunes veulent un changement dans la participation à la prise de décisions pour le pays mais ils ignorent l'importance du vote en tant qu'élément de la démocratie, par conséquent leur abstention devient une opportunité pour les hommes politiques de les prendre comme un groupe spécifique pour augmenter leurs votes.

Dans ce sens, ce groupe est considéré comme la cible parfaite pour les partis politiques, puisqu'ils sont orientés à toucher davantage les votants indécis, à attirer et à séduire les votants non politisés ou qui n'ont pas de ligne directe d'engagement avec leurs partis politiques (Maarek, 2008, cité par Mendieta & Estrada, 2017), de cette manière, les transformer en personnages à flatter dans leurs campagnes politiques, cela représente un défi pour certains partis parce que les jeunes ont une perception négative envers eux ; un exemple de cette situation c'est le parti *Centro Democrático* qui compte actuellement 39 membres au Congrès, répartis en 20 sénateurs et 19 représentants à la Chambre, en plus de la présidence de la République.

Parallèlement, dans la recherche *Estudio de percepción de jóvenes en Colombia* réalisée par Cifras y Conceptos en collaboration avec l'Universidad del Rosario (2020), des jeunes de 18 à 32 ans ont été interrogés dans les villes de Medellín, Barranquilla, Bogotá, Riohacha, Pasto, Tumaco, Cúcuta, Cali, Yopal et San Andrés. Les questions de cette étude étaient : avec quels faits de la société colombienne ou personnages de la vie publique associez-vous le mécontentement ? Avec quels faits de la société colombienne ou personnages de la vie publique associez-vous la colère ? Le président a été mis en relation avec les sentiments de colère avec 12 % et de mécontentement avec 9 %. Il en va de même pour le fondateur du *Centro democrático*, Álvaro Uribe Vélez avec 13 % et 7 % respectivement. Malgré les questions ouvertes du sondage, les jeunes ont décidé de mettre leurs sentiments de colère et de mécontentement en relation directe avec des dirigeants politiques.

L'information recueillie dans cette enquête met en évidence le manque d'acceptation des jeunes à l'égard de ces personnages de la vie politique et publique du pays, en conséquence, les dirigeants renforcent leurs habiletés de communication où ils exposent leurs outils personnels, afin de transmettre efficacement et de manière persuasive un message. Ces outils peuvent être linguistiques et paralinguistiques. Les premiers englobent la communication interpersonnelle, orale et écrite. Les seconds sont souvent complémentaires des premiers et comprennent les variations du langage. Ils permettent de mesurer les émotions, l'émotivité et la projection (Bermúdez et al., 2019).

Le développement de ces habiletés a pour objectif de manier le langage et montrer leur idéologie. C'est pourquoi, Van Dijk (2005) la définit comme la base des représentations sociales partagées par les membres d'un groupe, c'est-à-dire le concept particulier qui se matérialise dans l'esprit de tous les individus. Le *Centro Democrático* l'unifie en cinq piliers : sécurité démocratique, la confiance d'investir, la cohésion sociale, la rigueur de l'état et le dialogue populaire qui se transmet aux jeunes à travers les médias, avec une prépondérance des réseaux sociaux, où la plupart des jeunes participent activement (Garzón, 2018). Chaque jour, cette population consomme l'information de manière virtuelle à travers les réseaux sociaux, celle-ci peut être plausible ou invraisemblable, où les sources n'ont pas de caractéristiques officielles ou ne sont pas dignes de confiance ; maintenant les informations et les communiqués sont généralement plus visuels et interactifs pour attirer l'attention des jeunes, conformément au Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) (2018) les réseaux sociaux de prédilection à Bogotá sont Facebook, Instagram et Twitter, c'est là où ils publient tout ce qui est connu comme de la propagande.

Ce type de propagande a été utilisé dans toutes les campagnes politiques de ces dernières années autour du monde, ayant constamment des améliorations techniques, de sorte que les jeunes restent exposés à un discours politique sur les réseaux sociaux. Aux fins de cette recherche, il est nécessaire de connaître les outils utilisés par le candidat à la présidence Iván Duque Márquez, membre du parti politique *Centro Democrático*, qui a été le vainqueur de la bataille électorale. Dans ce contexte, les jeunes ont la possibilité d'être plus impliqués dans les décisions qui déterminent l'avenir du pays, c'est pourquoi les jeunes doivent évaluer le discours

politique et prendre des décisions, où l'analyse du discours fournit une base qui peut être utilisée comme point de référence dans un exercice de délibération, pour cette raison c'est pertinent de se poser la question suivante : quelles sont les perceptions des étudiants et diplômés en Langues Modernes à l'université ECCI (âgés de 18 à 24 ans) sur les outils discursifs employés dans la propagande de la campagne électorale d'Iván Duque en 2018 « El futuro es de todos », diffusée sur les réseaux sociaux ?

1.1 Justification

La Colombie est un pays démocratique où la population a la responsabilité de prendre des décisions et d'élire des candidats à des fonctions publiques, les décisions doivent prendre en compte des besoins individuels et collectifs des habitants qui sont différents pour chaque citoyen, en fonction de sa situation socioéconomique, culturelle, historique, idéologique, religieuse, etc. Dans le cas de la présidence, le suffrage est important parce qu'il faut choisir le dirigeant qui sera au pouvoir pendant au moins quatre ans, Voilà pourquoi, les citoyens doivent éviter de prendre les élections comme un simple exercice délibératif.

Il faut souligner que l'analyse du discours est nécessaire parce qu'elle encourage la recherche pour comprendre le discours politique afin de voir la réalité sociale qui entoure les populations, les intentions politiques, sociales, économiques et avoir ainsi une explication du pourquoi de leur vote. La population des jeunes doit être aussi responsable, car selon le Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2018), sur les 48'258.494 de Colombiens, 26,1 % sont des jeunes, dont 16 % ont entre 18 et 26 ans, ce qui signifie qu'avec leur vote, ils peuvent influencer notablement sur les décisions de la nation.

D'après ce même rapport, ce pourcentage de jeunes est dans l'enseignement supérieur, donc il est nécessaire d'étudier ce phénomène au sein des universités, et notamment dans les formations des sciences humaines et sociales parce que c'est dans la formation professionnelle que de manière traditionnelle on obtient les outils pour avoir une pensée critique, à leur tour il y a d'autres pratiques qui permettent de parvenir à cette condition qui est imperceptible pour la société, puisque dans l'enseignement secondaire comme les jeunes affirment :

El proceso del colegio fue importante, aunque no suficiente para desempeñarse adecuadamente en la universidad. En la educación media no los formaron en los diversos tipos de lectura, ni en textos académicos de corte profesional, que les permitiera desenvolverse adecuadamente en las diferentes sociedades de conocimiento que los programas de educación superior establecen (González et al., 2015, p.59).

À partir de là, on peut comprendre que l'académie est responsable d'encourager les étudiants à obtenir de bons résultats et à cesser de standardiser l'information qu'ils reçoivent, c'est pourquoi, les universités cherchent à forger une pensée critique face à des sujets qui concernent la société comme l'économie, la loi et surtout la politique.

L'université ECCI a pour mission de former des professionnels avec une pensée critique et de recherche pour l'amélioration des conditions de vie personnelles et sociales. Au sein de cette université, l'analyse du discours est importante dans les études de Langues Modernes parce qu'au cours du processus d'apprentissage, il faut déchiffrer des aspects significatifs des langues qui sont culturellement innés, y compris la langue maternelle. Pour parvenir à cette pertinence discursive dans les langues étrangères, les étudiants doivent commencer à comprendre les codes dans leur propre langue et même dans des contextes où ils n'ont pas eu de grande participation,

en l'occurrence le domaine politique. Pour identifier les codes linguistiques, il faut partir des caractéristiques culturelles d'une langue, telles que les codes de courtoisie, les tonalités pour chaque situation, les distances physiques et les postures, c'est-à-dire l'utilisation réelle de la langue dans différents contextes sociaux, politiques, historiques ou culturels (Pascual, 2014).

1.2 Objectifs

Objectif général

- Identifier les perceptions des étudiants et diplômés en Langues Modernes à l'université ECCI (âgés de 18 à 24 ans) sur les outils discursifs employés dans la propagande de la campagne électorale d'Iván Duque en 2018 « El futuro es de todos », diffusée sur les réseaux sociaux.

Objectifs spécifiques

- Enquêter sur les outils discursifs utilisés par Iván Duque pendant sa campagne électorale en 2018 qui ont été présentés au moyen de la propagande « El futuro es de todos » sur les réseaux sociaux.
- Connaître les perceptions des étudiants et diplômés interrogés à travers l'application d'une enquête et des entretiens semi-structurés qui auront lieu sous la forme des groupes de discussion.
- Analyser les données recueillies après l'échantillonnage dans les groupes de discussion.

- Interpréter les points de vue des étudiants et diplômés interrogés face à la propagande « El futuro es de todos » diffusée sur les réseaux dans la campagne électorale d'Iván Duque en 2018.

Chapitre 2 : Cadre de référence

Grâce au cadre théorique, on dévoilera les définitions les plus pertinentes pour cette recherche, cette section fournit un contexte et une conceptualisation pour mener à bien une lecture appropriée de ce projet, afin de savoir sur quoi se fonde la perception des jeunes face au discours politique diffusé sur les réseaux sociaux dans le contexte colombien. Dans ce chapitre, on trouve quatre sections qui donnent un tour d'horizon des catégories d'analyse ; on commencera avec la définition et la relation entre la propagande, les réseaux sociaux et le discours politique. Dans un deuxième temps, on abordera les thématiques sur les outils discursifs, la campagne électorale et la perception, plaçant cette dernière dans le contexte de la politique colombienne.

2.1 Cadre théorique ou conceptuel

2.1.1 La propagande sur les réseaux sociaux, la diffusion du discours politique aujourd'hui

Au fil des ans, la propagande est devenue un pilier essentiel de l'impact des campagnes électorales, car elle a évolué de manière linéaire dans les médias. Dans un premier temps, des outils tels que la voix vocale, les affiches, la radio, le cinéma, les panneaux d'affichage, etc., étaient utilisés pour diffuser la propagande. Même si ces techniques sont toujours utilisées, le progrès technique et technologique a été si grand que l'internet est désormais un élément clé des

campagnes politiques, en particulier les réseaux sociaux, sans une mise en œuvre adéquate, il ne serait pas possible que la propagande puisse avoir une grande portée, parce que son utilisation permet aux citoyens de mieux connaître le candidat ou ses propositions, il est donc nécessaire de se familiariser avec le concept de propagande, tel que Rodero (2000) le définit, à savoir, comme l'action systématique répétée, exercée par des moyens oraux, écrits ou iconiques sur l'opinion publique, avec un but persuasif, principalement par la suggestion et des techniques psychologiques similaires pour imprégner une idéologie ou doctrine ou inciter à l'action en canalisant des attitudes et des opinions.

Il est ainsi démontré que la propagande diffuse une idée avec le but de changer la façon de penser ou d'agir d'un individu et qu'elle est présente dans tous les médias, en d'autres termes, elle est utilisée comme un outil de communication pour convaincre et pousser à l'action et elle se sert des techniques qui influencent les émotions, les attitudes et les opinions. D'où l'importance d'avoir la capacité d'utiliser la technologie pour tirer le meilleur parti des médias, qui combinés et créés de manière interactive, peuvent transmettre le message à de grandes masses.

Néanmoins, la propagande a des hauts et des bas quant à sa qualité en raison de sa connotation négative parce qu'elle suggère que le discours exprimé n'a pas de fondement argumentatif, sa caractéristique est de manipuler intentionnellement et de captiver d'une certaine manière ; en effet, son but est de changer les croyances des personnes ou de les persuader d'accepter quelque chose comme vérité ou au contraire le considérer totalement faux, cependant ces objectifs même s'ils sont typiques de la propagande jouent un rôle secondaire parce que le

but principal est d'éviter ou d'encourager les gens à faire quelque chose (Walton, 1996), c'est pourquoi, la propagande est présente dans plusieurs domaines tels que le politique, financier, industriel, éducatif, entre autres, et agit comme le bras d'exécution invisible, par lequel les idées sont répandues à grande échelle pour propager une croyance ou une doctrine particulière (Bernays, 1928), c'est-à-dire, l'aide supplémentaire qui bien effectuée remplit la fonction d'obtenir un lien et prend l'avantage sur l'individu.

Du point de vue constitutionnel colombien, le terme propagande électorale est défini comme :

Toda forma de publicidad realizada con el fin de obtener el voto de los ciudadanos a favor de partidos o movimientos políticos, listas o candidatos a cargos o corporaciones públicas de elección popular, del voto en blanco, o de una opción en los mecanismos de participación ciudadana (Ley 1475, 2011, art. 35, p.17).

Selon cette définition, la propagande est diffusée par n'importe quel moyen dans lequel toute cette « publicité » est donnée pour atteindre la participation citoyenne électorale, c'est bien de préciser que ce mot, bien que ce soit mentionné ci-dessus n'est pas le terme le plus approprié pour parler de la diffusion du discours politique, car même si la propagande et la publicité utilisent les mêmes moyens, elles ont des objectifs différents. Selon Screti (2011), la publicité est naturelle, neutre, ne propage pas d'idées politiques ni sociales, tandis que la propagande propage des idées faussées, modifiées et déformantes et elle est donc négative, dans ces conditions la propagande est créée habilement pour obtenir des résultats satisfaisants mais a une image défavorable à cause du processus qu'elle fait pendant la campagne électorale.

Cette propagande peut être transmise par les réseaux qui existent depuis 1995 (Deloitte, 2014) et qui ont pris une part importante parce que l'information diffusée peut être partagée dans chacun d'eux, les réseaux sociaux sont également compris comme un groupe d'interactions numériques qui partagent les mêmes caractéristiques, une participation qui encourage une liaison de la personne intéressée et maintient ainsi l'intérêt, les réseaux sociaux sont utiles pour fournir des services qui sont divertissants, ce sont des versions qui contiennent une quantité immensurable de blogs où il y a très peu d'obstacles pour l'utilisation du contenu, parce que les utilisateurs peuvent commenter et partager des informations, dans le cas de la propagande à caractère politique on encourage les utilisateurs à voter. Pour accéder et diffuser ces informations, il suffit de créer un profil, d'établir des liens entre amis et de répandre les domaines d'intérêt des utilisateurs (Mayfield, 2008).

Le réseau social le plus important est Facebook parce que la plupart des personnes ont un profil et sont constamment connectées, ce réseau a été créé en 2004 par Mark Zuckerberg, il a initialement été conçu pour les étudiants de l'université de Harvard mais il a été peu à peu désigné comme une application avec un grand succès, c'est un répertoire qui connecte les personnes via Internet (Brügger, 2015) et actuellement, Facebook a pour mission de donner aux personnes le pouvoir de construire une communauté en se rapprochant plus facilement des autres, aussi d'être constamment en train de résoudre des problèmes et de travailler pour connecter toutes les personnes à travers ses applications et sa technologie (Facebook, s.d).

La propagande à travers les réseaux sociaux utilise des outils historiques et contemporains du discours politique qui est défini par Van Dijk (1997) comme ambigu, c'est

pourquoi il est nécessaire de ne pas se concentrer uniquement sur le rédacteur ou l'orateur, il faut aussi tenir compte des récepteurs qui peuvent être des citoyens, des organisations ou des groupes qui participent à des processus politiques parce qu'ils sont des électeurs potentiels. La classification dépend du contexte, pour cette raison, il énonce quelques propriétés du discours politique pour le distinguer des différents contextes tels que la domination ou le domaine social, le système politique dans lequel le pouvoir est divisé et qui prend les décisions et les valeurs politiques qui sont chargées d'organiser les idéologies ou les attitudes politiques.

À ce stade, il est important de clarifier la relation entre la propagande et les réseaux sociaux car surfer sur l'internet est devenu l'un des passe-temps préférés des gens, raison pour laquelle la propagande a recours aux réseaux sociaux afin qu'elle soit vue par la plupart des utilisateurs possibles, notamment la politique la réinvente chaque jour pour atteindre la portée ou la popularité souhaitée et elle a une recherche continue de nouveaux militants pour les partis politiques en utilisant la propagande sur les réseaux sociaux pour transmettre leur information qui a l'objectif de manifester l'omniprésence des adeptes et leur supériorité face à l'adversaire et se renforce en utilisant les insignes, les drapeaux, les chants, c'est-à-dire qu'il s'agit d'être là et d'être le plus fort (Domenach, 1950). En ce sens, on peut voir que la propagande utilise différents symboles pour être représentée, aussi des slogans qui sont accrocheurs ou agréables et qui restent dans la mémoire pour un temps prolongé, on utilise plusieurs canaux avec la finalité de réussir l'objectif, par exemple les réseaux sociaux où les informations ou les messages sont fournis plus rapidement, ce qui les rend plus attrayants pour le citoyen.

À mesure que les réseaux sociaux sont construits, les personnes qui partagent des valeurs et des opinions sur la plateforme sont regroupées dans les interactions ce qui aide à la réalisation de la propagande en permettant ce que les scientifiques politiques appellent souvent « affinité élective » ou « exposition élective » car l'information qui circule entre ces sociétés a le but de renforcer les valeurs conservées entre elles ou à se concentrer sur ces problèmes où il y a un intérêt partagé (Puddephatt, 2019), en d'autres termes, les partis politiques peuvent utiliser cela à leur avantage, pour maintenir le lien actif entre les personnes et ceux-ci.

Compte tenu de cela, le moment où les hommes politiques profitent de la propagande, c'est quand ils transmettent l'information de manière indirecte en utilisant Facebook, l'un de réseaux sociaux les plus puissants, cela devient nécessaire pour les personnes et les organisations d'avoir un profil et donc promouvoir ou vendre à travers la propagande, alors c'est pertinent de mentionner Liberini et al. (2018) qui affirment :

in 2016 Facebook began classifying its U.S. users in terms of political orientation (conservative, liberal and moderate) and interests (on specific candidates, issues, or initiatives). As a result, political campaigns are increasingly relying on social media, while comparatively reducing their focus on traditional media outlets (p.2).

Cela fait référence à la classification des données qui a eu lieu pendant les campagnes électorales aux États-Unis, ces données sont connues sous le nom de métadonnées, où le traitement de l'information et des plateformes est profité par des partis et des campagnes politiques dont l'objectif est de gagner des adeptes sur les réseaux sociaux pour propager la désinformation et influencer le discours, par exemple un des scénarios les plus connus de cette

manipulation de données se trouve exactement aux États-Unis et a eu lieu en 2016 pour les élections présidentielles, dans lesquelles Donald Trump a été élu, l'entreprise Cambridge Analytica a été chargée de recueillir sans autorisation les données des utilisateurs du réseau social Facebook, afin de les analyser et de construire des stratégies politiques qui ont permis de changer la décision des électeurs lors de ces élections, l'une d'elles était la création de discours politiques qui étaient en accord avec les informations recueillies, et ainsi changer la prise de décision des utilisateurs.

Il existe d'autres façons de rechercher des adeptes dans les réseaux sociaux, selon Bartlett et al. (2018) Facebook permet aux candidats de s'adresser aux personnes qui publient des messages sur la politique et qui peuvent être des « influenceurs politiques » parce que ce sont les personnes qui cliquent sur les annonces politiques sur un certain nombre de pages sur ces sujets et partagent l'information, de la même manière le public peut être encore plus segmenté parce que Facebook et Google fournissent un certain nombre d'outils qui permettent aux entreprises de cibler leurs publics et leurs messages.

Les outils Facebook comprennent :

- Un public personnalisé de fichiers de données : cela permet aux annonceurs de se rapprocher des clients existants sur Facebook, en utilisant des informations que ces annonceurs ont déjà obtenues par l'intermédiaire d'une agence qui collecte les données, cela garantit que la personne qui utilise le réseau social ait de grandes chances de voir une annonce.

- Un public personnalisé de sites Web : cela permet aux annonceurs de cibler des personnes sur Facebook qui ont visité leur site Web, en utilisant le pixel Facebook, en d'autres termes, un code invisible peut être configuré sur la page pour suivre les visiteurs.
- Les publics similaires : ils permettent aux annonceurs de rechercher de nouvelles personnes sur Facebook qui ont des intérêts communs avec leur public existant, ce qui signifie trouver plus de personnes ayant un indice d'affinité élevé pour se connecter plus facilement.

En conséquence, les stratégies dans les campagnes électorales peuvent être conçues plus facilement en utilisant cette segmentation que Facebook a car il délimite le public et à partir de là, c'est possible pour les hommes politiques de payer à une entreprise pour une analyse comportementale des utilisateurs des réseaux sociaux, en connaissant leurs goûts et préférences pour subtilement les manipuler.

Bien que Facebook soit d'une grande aide pour fournir des données sur les électeurs, il a également une série de politiques qui sont gérées selon des paramètres, selon Facebook For Business (s.d) :

Los anuncios sobre temas sociales, elecciones o política son aquellos que cumplen con alguna de las siguientes condiciones: Fueron creados por una persona que es o fue candidata a un cargo público, una figura política, un partido político o personas que hacen campaña a favor de un candidato en una elección, o se crearon en nombre de una de esas partes o en relación con ella. Se relacionan con elecciones, referendos o votaciones, incluidos los anuncios destinados a fomentar la participación o las campañas electorales.

Cela signifie que Facebook a des politiques pour régler ce qui est publié sur le réseau social en ce qui concerne les campagnes électorales, c'est-à-dire que les hommes

politiques ne peuvent pas inclure n'importe quel type d'information, c'est pourquoi ils utilisent les outils discursifs pour pouvoir diffuser leur contenu sur ce réseau social.

En raison de ces règles, le discours politique se sert de la propagande pour ainsi atteindre les objectifs fixés, comme l'explique Macho (2013) :

Political discourse is a bright example of a discourse by which the author of the text wants the receiver to comply with the author's intention after the text reception. On the behalf of their communicative intention, the political communicants often reach for the means of propaganda (p.2).

Le discours politique dans la propagande a les caractéristiques d'une action persuasive et personnifie la confiance ou les croyances de l'individu ou d'un groupe social (Putri & Triyono, 2018), de cette manière, l'utilisation de cet instrument pendant la campagne électorale donne de la force au message et le rend convaincant parce qu'il s'adresse à des personnes spécifiques, qui se sentent visées ou identifiées.

Du fait du progrès technique et technologique, le discours politique a évolué, et les gens communiquent et connaissent mieux ce qui se passe dans le monde entier, dans le cas de la politique colombienne, la façon dont les réseaux sociaux conçoivent les relations entre les citoyens et les hommes politiques est différente, pour faire partie de la propagande électorale, Salazar et Pabon (2015) affirment :

La utilización de las redes sociales en Internet no constituye propaganda electoral, siendo esta una forma de interacción social e intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en un sistema abierto en permanente construcción, permitiendo que una persona publique información e ideas, generando comunicación directa que permite al usuario ingresar libremente

en cualquier tiempo a la red social, siempre y cuando haya sido aceptado por el otro usuario.
(p.26)

Les réseaux sociaux ont joué un rôle essentiel dans la diffusion de la propagande et dans la création d'un discours politique efficace, proportionnel au progrès technologique car l'information peut apparaître constamment, en particulier par rapport aux goûts personnels de chaque utilisateur, ce qui devient un outil fort pour le candidat pendant les campagnes électorales.

2.1.2 Les outils discursifs dans les campagnes électorales : la stratégie des partis politiques pour obtenir l'approbation du peuple

Pour commencer, les outils du discours font partie de tout discours et sans eux il n'y a aucune opportunité d'envoyer le message de la manière comme on l'attend, l'exercice discursif prend en compte les stratégies qui ont été utilisées par l'orateur pour le conduire à son succès ou défaite argumentative, qui sont définis par Wodak (2001) comme :

By 'strategy' we generally mean a more or less accurate and more or less intentional plan of practices (including discursive practices) adopted to achieve a particular social, political, psychological or linguistic aim. As far as the discursive strategies are concerned, that is to say, systematic ways of using language, we locate them at different levels of linguistic organization and complexity (p.73).

Par rapport à ce qui précède, chaque discours diffusé par l'émetteur a un niveau différent et des formes de diffusion différentes, car tous n'ont pas le même but mais chacun utilise des outils discursifs qui sont précis et intentionnels pour attirer l'attention du public qui peut vaincre le scepticisme et obtenir son approbation.

Par ailleurs, Ocampo et Perlaza (2015) conviennent que les outils discursifs sont des formes systématiques dans lesquelles un sujet discursif utilise le langage, qui est organisé sur différents plans d'ordonnement et de complexité linguistique, ils sont généralement liés à des idées et des modèles préétablis, de manière à faciliter leur compréhension sans porter de jugement, en tenant compte des aspects d'argumentation, d'intensification, d'atténuation et de représentation du discours, on comprend donc leur importance dans la campagne électorale car il ne suffit pas à l'homme politique de donner un simple discours si son désir est de se démarquer dans les sondages.

Pour Verón (1987), il existe deux stratégies discursives dans le domaine politique qui peuvent différer, l'une étant en rapport avec les modalités d'articulation des composantes entre elles et le poids relatif de chacune (rhétorique) ; la seconde est que le discours de la campagne électorale devrait être dominé par la composante programme, étant donné que, logiquement, on vote pour le candidat qui promet de prendre des mesures pour améliorer la situation à condition qu'il puisse construire une bonne image d'un individu fiable et capable de réaliser ce qu'il propose parce que dans le domaine politique différents facteurs externes influencent la vie politique positivement ou négativement, pendant la période électorale, on cherche à susciter un discours persuasif sur les besoins sociaux.

Étant donné que les hommes politiques utilisent les stratégies dans leurs discours pendant les campagnes électorales, il est important de comprendre leur signification pour pouvoir établir une relation entre deux termes (les stratégies discursives et les campagnes électorales) qui travaillent ensemble. Selon la Red de Conocimientos Electorales ou sa traduction en français,

Réseau du Savoir Électoral (s.d), qui est un portail web où se trouve la plus grande connaissance des élections du monde :

las campañas electorales son esfuerzos competitivos hechos por los candidatos y los partidos políticos para ganar el apoyo de los electores en el periodo que precede a una elección. Los candidatos recurren a una diversidad de técnicas para atraer votantes, desde comparecencias en público y mítines hasta el uso de publicidad en los medios masivos de comunicación.

On comprend que la campagne électorale a des limites normatives qui sont régies par le Consejo Nacional Electoral (CNE), par exemple dans la Ley Estatutaria 1475 de 2011 du Congreso de Colombia, chapitre III, articles 35 à 38 sont précisées les limites dans le cas de la propagande des médias traditionnels, à l'exception de la diffusion sur l'internet à travers les sites web et les réseaux sociaux. Face à cette normativité, il faut élaborer une analyse d'homme politique afin de se rapprocher de l'objectif proposé par chacun des candidats.

Particulièrement, le gouvernement colombien définit la campagne électorale selon ce qui est dit par le Congreso de Colombia dans la Ley 1475 de 2011 :

Artículo 34. Definición de campaña electoral. Para efectos de la financiación y de la rendición pública de cuentas, entiéndase por campaña electoral el conjunto de actividades realizadas con el propósito de convocar a los ciudadanos a votar en un determinado sentido o a abstenerse de hacerlo.

La propaganda electoral constituye una de las actividades principales de la campaña y cumple la función de promover masivamente los proyectos electorales sometidos a consideración de los ciudadanos o una determinada forma de participación en la votación de que se trate. La recaudación de contribuciones y la realización de gastos de campaña podrá ser adelantada por los partidos, movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos, durante los seis (6) meses anteriores a la fecha de la votación. Los candidatos, por su parte, solo podrán hacerlo a partir de su inscripción (art. 34).

Comme c'est précisé dans la Ley Estatutaria 1475 de 2011, la campagne électorale vise à attirer des adeptes et à faire pencher les opinions en faveur des partis ou des mouvements

politiques, Rivera et Abarca (2010) précisent que la propagande électorale est l'instrument le plus utilisé par les partis politiques pour atteindre leur objectif, car pendant la période démocratique, l'incertitude est latente, de cette façon, ils cherchent à travers différents moyens à communiquer une idéologie pour influencer la population et ainsi avoir une affinité avec leur idée de gouvernement.

De même, Del Rey (1996) indique que la campagne électorale est le rituel de la démocratie, où sont utilisées des compétences linguistiques avec des caractéristiques qui fonctionnent pendant une période déterminée puisqu'elles sont créées en fonction des situations du moment. Au contraire, Pizarroso (1999) décrit la campagne électorale comme plus qu'une bataille idéologique et un affrontement entre des solutions et des alternatives aux problèmes de la société ; la propagande joue un rôle fondamental pour persuader la société de ce qu'elle veut communiquer, dans ce cas, le marketing joue un rôle fondamental dans la guerre idéologique et avec les nouvelles technologies la concurrence se développe plus directe et profondément avec les sujets.

Au cours d'une campagne électorale, la propagande doit être efficace, elle doit être surveillée afin de voir les progrès réalisés en utilisant de nouvelles informations ou des événements pour apporter des changements innovants, ainsi il est essentiel de la présenter d'une manière originale et captivante à travers les médias (Campillo, 2012).

Pendant ce processus de perfection, la propagande affichée lors de la campagne électorale doit mettre constamment des plans d'action permettant un message permanent, fort, concis, lisible et facilement reproductible, c'est pourquoi elle utilise plusieurs éléments que les gens

peuvent voir, mais il y a un message implicite que personne réalise pas son existence. Selon l'Organización Demócrata Cristiana de América (ODCA) (2006), ces éléments peuvent être en rapport avec les théories des couleurs, la typographie, le slogan ou les symboles.

- Théories des couleurs : la couleur est responsable de la génération de l'identité quand elle est transférée à tout ce qui est utilisé dans la campagne, elle transmet des valeurs psychologiques en raison de sa grande capacité de communication, par exemple la couleur rouge dénote l'enthousiasme, le dynamisme, la passion et la violence. La couleur jaune, pour sa part, exprime la vitalité et est considérée comme l'antidote à la tristesse. Le logo de la campagne d'Iván Duque en 2018 se composait des couleurs orange reflétant un pouvoir stimulant et le bleu foncé qui est associé aux profondeurs, à l'expérience et à la stabilité.
- Typographie : la typographie utilisée lors de la propagande de la campagne électorale vise à produire des réactions visuelles et psychologiques différentes, c'est pourquoi elle est chargée de transmettre l'intention d'un message qui doit trouver un certain équilibre entre la lisibilité, la forme et la fonction. La campagne d'Iván Duque a utilisé une lettre animée qui s'appelle « Adelle » laquelle a été maniée avec et sans caractère gras pour écrire son slogan.
- Le slogan : c'est l'idée clé parce qu'elle synthétise la campagne politique du candidat comme étant la plus connue et qui doit résumer en bref la campagne électorale. De son côté, Duque a utilisé plusieurs slogans prouvant qu'ils n'ont pas été efficaces comme prévu, d'abord El Futuro es de Todos, comme on peut le comprendre c'est une généralisation et ne résume pas beaucoup sa campagne, puis il a pris #Eselquees pour

faire une inclusivité dans le réseau social et partant dans le même esprit, il a utilisé #SolucionesNoAgresiones qui a eu une section sur sa page internet et a essayé de l'utiliser dans plusieurs de ses commentaires sur les réseaux sociaux.

- Le symbole : c'est la présentation visuelle qui a toute la campagne, tout comme un produit a son logo, lors des élections est le symbole, c'est idéal qu'il ait certains aspects pour être un succès tels que d'être mémorable pour les personnes, d'avoir la simplicité avec une seule couleur si possible, d'avoir un bon contraste de couleurs, Duque a choisi de garder son nom entouré d'un rectangle de couleur orange en cohérence avec la simplicité d'une seule tonalité.

Enfin, les campagnes électorales ont pour but de se familiariser avec leur public à travers la propagande, de créer une proximité de manière explicite en utilisant un slogan ou une phrase, qui peut être combiné avec ce qui est implicite en jouant avec les émotions au moyen d'images ou de couleurs. De même, ils utilisent des euphémismes ou simplement de la rhétorique, de sorte que l'on pourrait dire que la propagande donne la liberté aux hommes politiques et à leur équipe de travail dans la conception publicitaire, donnant ainsi des perceptions positives et atteignant ainsi la portée qu'ils recherchent.

2.1.3 La propagande comme instrument d'attraction dans les campagnes électorales

En politique, il est important pour les candidats de créer une forte impression auprès du public pour obtenir le soutien attendu lors des élections, c'est pourquoi il est nécessaire de parler de la perception car c'est le point de vue du public, la façon dont il lit et interprète les actes, les

discours et les autres outils utilisés par le candidat pour prendre une décision, Merleau-Ponty (1945) dit que la perception n'est pas une science du monde, ni un acte ou une prise de position délibérée, au contraire, c'est le fond à partir duquel tous les actes se démarquent, leur essence est de déclarer ce qui est, pas ce qui est présumé vrai mais défini comme accès à la vérité. C'est un facteur clé pour les campagnes électorales car c'est à travers elle que les personnes arrivent à une conclusion qui définit généralement le résultat de ce qui a été exécuté dans la propagande.

Par conséquent, le point de vue du récepteur est nettement partiel en raison que chaque individu donne un sens différent aux messages, donc la perception a beaucoup d'interprétations et la plupart du temps, elle est définie comme le processus de reconnaître (d'être conscient), organiser (recueillir et stocker), et interpréter (approcher la connaissance) l'information sensorielle parce qu'on joue avec les sens humains qui génèrent des signaux de l'environnement par la vue, l'écoute, le toucher, l'odorat et le goût (Ward et al., 2010). Cela signifie que ce n'est pas seulement une simple interprétation, cela dépend de nombreux facteurs tels que l'environnement, les stimulus donnés et la façon dont chaque individu traite l'information.

Il est à noter que la perception est un processus qui consiste à obtenir l'information et à la traiter en l'adaptant aux expériences de chaque individu comme Vecina (2012) dit « a las personas, y no a los objetos, se les atribuyen sentimientos y emociones, que son inferidos e interpretados por el receptor a partir de sus propias experiencias y estados » (p.4). Là, il devient un état de réflexion qui permet à la personne d'une manière ou d'une autre de se sentir identifiée à ce qu'elle voit de sorte que le message qu'elle reçoit s'articule avec les souvenirs et les sensations, en provoquant un sentiment de prudence ou de familiarité avec le nouveau stimulus

présenté. La perception des personnes est liée à la connaissance que l'on a de l'image de l'autre personne parce que son acceptation influence la compréhension de ce que montrent par exemple les motivations, les objectifs ou les buts qui dans l'ensemble sont des réalités qui peuvent être créées et dans le processus d'interprétation prises comme une vérité (Zayas, 2011).

Cependant, la propagande est guidée à générer des émotions qui modifient les perceptions du récepteur car de cette façon elle capte son attention, que ce soit en se basant sur des vérités, des mensonges, des exagérations ou autres. De la Torre affirme que « en la actualidad las campañas propagandísticas de los partidos políticos democráticos están basadas en las premisas de la Psicología Política y en las leyes del procesamiento cognitivo humano y la conducta » (2003, p.100). Il faut prendre en compte les points de vue du récepteur et du diffuseur de la propagande, car la perception de l'un et de l'autre influe sur la manière dont elle est conçue et présentée ; Charaudeau (2005) affirme que celui qui est chargé de gérer la propagande de l'homme politique lors de la campagne électorale se trouve dans une situation dont l'objectif essentiel est d'agir d'une manière qui attire la sympathie de la plupart du public, mais pour cela on doit prendre en considération quatre facteurs qui peuvent aider à sa construction :

- La façon dont l'opinion publique est perçue : comprendre la place dans laquelle l'homme politique est pour les personnes afin de savoir comment l'améliorer.
- La façon dont l'opinion publique est perçue par l'homme politique : une appréciation qui est prise en fonction des résultats de plusieurs sondages, tendances et commentaires sur les réseaux sociaux.

- Comme les autres acteurs politiques sont perçus, qu'ils soient partenaires ou adversaires : trouver des coalitions le cas échéant, voir les faiblesses et actes de leurs adversaires pour profiter de la situation et les utiliser contre eux afin qu'ils puissent aider à obtenir une reprise dans les sondages.
- Des idées ou des personnes que l'homme politique considère nécessaire de défendre ou d'attaquer : avoir une position face à des notions exposées afin de donner une déclaration et de gagner le soutien et l'approbation des personnes.

Ainsi, la propagande a des paramètres qui permettent aux hommes politiques d'établir une affinité avec les électeurs pour changer leur comportement au moment de voter, Mair et al. (2019) affirment que les attitudes et les comportements des citoyens sont influencés tant par leurs émotions que par leurs raisons et par leur perception des faits. Alors que les statistiques et les enquêtes fournissent la situation socioéconomique de la population, mais ne parviennent pas à capturer l'expérience subjective ni les impressions, c'est là que des outils discursifs sont créés pour mesurer le niveau des émotions et des sentiments, étant donné qu'ils sont plus efficaces pour fournir de nouvelles informations importantes qui guident l'homme politique, c'est pourquoi le vide historique et le manque d'expérience des jeunes sont aussi des instruments pour que les dirigeants puissent travailler sur leurs stratégies électorales. Cette conception existe depuis longtemps, comme Aristote (1959) le précise, « Aussi le jeune homme n'est-il pas un auditeur bien propre à des leçons de Politique, car il n'a aucune expérience des choses de la vie, qui sont pourtant le point de départ et l'objet des raisonnements de cette science » (p.22). Ceci devient important quand il y a des élections et ils ne savent pas pour qui voter parce qu'ils ne

disposent pas d'un critère avec des arguments solides à propos de ce qui se passe, ils peuvent prendre des décisions sous l'influence des perceptions qui gèrent leurs émotions.

Quand il s'agit de la campagne électorale, tout de suite on se réfère conceptuellement à ce que l'on comprend comme propagande à partir de la théorie et de la réglementation en vigueur dans le pays, ce qui renforce les profils des candidats dans la justice électorale, en développant au moyen de la propagande des outils discursifs qui prennent en compte l'idéologie en confrontation avec la réalité sociale, en signant le discours à des solutions qui fondent en sa faveur la perception des citoyens qui se sentent liés à ces idées. L'image du candidat est gérée au niveau publicitaire, exposant celui-ci à tous les médias dans lesquels lui-même avec son parti politique deviennent une marque, pondérant ainsi des idées qui doivent être transmises de manière simple et efficace, de cette façon, ils attirent des électeurs spécifiques au sein de groupes sociaux tels que les jeunes étudiants, les femmes au foyer, les entrepreneurs, etc. (Dávalos, 2012).

2.1.4 Perception de la politique colombienne

L'évolution de la politique colombienne doit remonter à l'époque de la colonie, alors il y avait ceux qui étaient pour et contre la couronne, qui ont toujours été déterminés par des intérêts personnels. À partir de 1819, il a été créé un État qui n'avait pas de formation politique claire, mais qui avait des camps et des idées tant des Lumières et de la Révolution française que de l'indépendance américaine. C'est là que deux figures comme celle de Santander et Bolívar s'affrontent, entraînant une tentative d'assassinat de la part de Santander et son exil postérieur.

Après sept constitutions défailtantes, parce que leur durée variait de trois à dix ans, en 1886, on a créé la constitution qui devait durer plus de cent ans, mais par laquelle a été créé le bipartisme des conservateurs et des libéraux. Les conservateurs de valeurs plus enracinées dans la tradition, qui souhaitaient que la milice, le clergé et les gens avec le pouvoir perdurent dans lui-même ; en tant qu'opposants les libéraux qui représentaient le peuple et ses idéaux de changement par rapport aux idées traditionnelles.

En d'autres termes, la politique a été marquante et a commencé avec ces deux partis politiques dans lesquels leurs adeptes étaient engagés et avaient des arguments de poids pour exprimer leurs idéaux, cependant, les événements historiques en Colombie, provoqués par des questions politiques telles que la séparation du Panama, le magnicide de Gaitán, etc. ont créé une perception de vulnérabilité au regard du monde, régnait par la corruption et un conflit interne qui, d'une manière ou d'une autre, affectait le pays également. De nos jours, il existe un grand nombre de partis politiques, qui sont généralement indépendants, et il est normal qu'un candidat appartienne à l'un et ensuite à l'autre en raison de circonstances différentes, parce qu'il n'y a pas d'attachement et que les lignes directrices n'ont pas d'importance, mais l'avantage personnel qui est principalement lié à la question de savoir avec lequel de ces partis les hommes politiques ont plus de chances d'accéder au pouvoir.

D'un autre côté, la perception des femmes en politique est presque inexistante car elles n'avaient pas de voix ou vivaient dans l'ombre des autres. Même si les contributions qu'elles ont apportées à la société colombienne sont connues, elles étaient toujours considérées comme des êtres vulnérables ou incapables d'exercer des fonctions élevées telles que la présidence du pays, et on approuvait que ceux qui devaient être dans le jeu de la lutte pour le pouvoir devaient être

les hommes. Cela se vérifie par les résultats, puisqu'aucune femme n'a pu réussir à habiter à la Casa de Nariño, bien que plusieurs d'entre elles aient été vues lors de campagnes électorales. Cependant, au fil des ans, des progrès ont été enregistrés lorsque les électeurs ont donné leur vote de confiance à des femmes pour appartenir au sénat et même, à l'une d'entre elles pour obtenir la mairie de Bogotá D.C.

Ainsi, chaque candidat a une approche différente dans sa propagande, soit par son genre, soit par les orientations du parti politique auquel il appartient actuellement, non seulement ces aspects sont importants, mais il faut aussi prendre en compte la manipulation du discours politique à travers la propagande politique diffusée à travers les réseaux sociaux. La Colombie est un État social de droit qui prend des décisions à travers une démocratie représentative, la lutte pour le pouvoir a créé au fil des ans plusieurs partis politiques qui visent les mêmes objectifs avec des moyens différents, en revanche, se forme l'opposition ou les sympathisants du gouvernement. Selon Innerarity (2008) :

Toda decisión, como toda no-decisión, esconde riesgos contingentes y cualquier alternativa lo único que hace es sopesar las ventajas y desventajas de otra manera. El sistema político se ocupa de riesgos cuya valoración produce necesariamente disensos. Las decisiones políticas son inevitablemente arriesgadas, se apoyan en contingencias, es decir, en no saber (p. 12)

La politique et la société ont une corrélation, où la société choisit l'orientation politique qui détermine le gouvernement d'une période, cette élection fait place à un gouvernement qui est formé au nom de la citoyenneté, qui depuis la campagne a des promesses de changement quant aux situations du pays aux niveaux social, économique, culturel, entre autres.

C'est important de comprendre la raison pour laquelle le citoyen vote, à cet égard, le vote réussit à faire des changements, la continuité des lois, des réformes, entre autres, cette décision peut avoir un contexte comme peut être la pression sociale, le milieu social, la pression familiale, quant à la tradition de suivre un parti politique en particulier, y compris l'obtention d'un bénéfice à partir d'un vote. Selon Cendales (2012) : « las exigencias de un votante en una eventual negociación por su voto disminuyen (aumentan) siempre que sus condiciones de vida material se deterioren (mejoren), en tanto que requiere (no requiere) resolver de manera urgente su mundo material más inmediato » (p.278). Pendant le processus électoral en Colombie, en raison d'un moment historique et des besoins sociaux spécifiques d'une population, comme par exemple les citoyens en situation de vulnérabilité, une solvabilité économique immédiate est offerte à la population, à la différence des gens qui possèdent des moyens de production ou du pouvoir politique et qui obtiennent des bénéfices directs et stables pendant la période de gouvernement.

À cet égard, les campagnes politiques ne prennent pas seulement en compte les besoins de la société pour persuader le citoyen, elles utilisent également des outils visuels et auditifs, au moyen de stratégies impliquant une couleur, une phrase, un logo, une position, etc. L'utilisation de ces stratégies peut être vue dans les campagnes de 2002 et 2006 du candidat à la présidence Álvaro Uribe Vélez, qui dans ses photographies de campagne apparaît dans une position droite, avec la main dans le cœur et le regard tourné vers l'horizon qui est associé à l'avenir qu'il proposait. De plus, il avait pour fond le drapeau du pays et aucun logo d'un parti politique, de

cette façon il se définissait comme le candidat de tous les citoyens, comme une unité et non seulement comme le candidat des élites (Richard, 2008).

Quant aux autres outils discursifs, les hommes politiques utilisent des mots spécifiques qui ont une familiarité dans la société, de cette façon, ils construisent un discours qui façonne le langage et les mots qui ont une connotation négative, afin de créer un discours d'espoir et créent même un langage qui donne de la force aux mots avec une capacité de plus grande acceptation, suscitant une réaction en leur faveur. Comme indiqué au début du chapitre, la lutte bipartite montrait à ses différents représentants la manière dont ils devaient se présenter, dont les caractéristiques étaient la couleur (rouge et bleu), les valeurs et les idéaux, un exemple d'un moment historique, on peut citer Luis Carlos Galán, qui présentait une image plus ouverte et dans ses idéaux il a donné de l'importance à l'opinion du peuple, tandis que les conservateurs comme Belisario Betancur avaient une proposition de gouvernement social-chrétien développé avec des valeurs traditionnelles (Acuña, 2015).

Au fil du temps, Nous constatons que les Colombiens prennent leurs décisions par rapport à leurs émotions, parce qu'ils votent pour l'homme politique qui leur apporte de la stabilité et des solutions aux problèmes du pays, en 2002, les Colombiens ont voté pour le candidat à la présidence Álvaro Uribe car son discours prenait en considération le changement, la sécurité et l'utilisation de la force militaire comme moyen de mettre fin à la violence et à l'insécurité du pays. Ces idées ont assuré sa présidence pendant huit années consécutives, car en l'écoutant, il donnait le sentiment d'un changement et d'un espoir, mais laissait derrière lui d'autres types de problèmes. Après la réélection d'Uribe, Juan Manuel Santos Calderón est arrivé comme un

candidat ouvertement soutenu par lui, qui a d'abord affirmé qu'il continuerait avec un gouvernement proche du précédent, par conséquent, les Colombiens qui avaient voté pour Uribe, suivis de son propre discours, ont soutenu Santos pour la même affinité, le même sentiment d'appartenance, le changement des situations du pays et aussi pour l'idée qu'il maintiendrait la sécurité et restait à distance des groupes armés, à son tour il a promis des améliorations dans les relations avec le Venezuela pour éviter une crise à la frontière des deux pays.

On pourrait énoncer que depuis la création des groupes politiques libéraux et conservateurs, les idées de changement et d'espoir sont les mêmes, mais que ces partis politiques ont évolué avec des logos, des noms, des couleurs et des slogans différents, mais qui maintiennent les mêmes idéaux traditionnels, c'est pourquoi ils ne se définissent plus par parti politique mais par ceux qui sont contre ou pour le gouvernement élu.

Ces différences sont évidentes avec une plus grande force dans les réseaux sociaux. Selon Richard (2010), aux élections en 2010, Facebook et Twitter se sont constitués comme les deux scénarios virtuels que les sympathisants ont envahi pour montrer leur soutien à leur candidat et critiquer leurs adversaires. Cependant, les candidats peuvent également utiliser ces espaces virtuels afin de ne pas dépendre simplement des médias traditionnels, mais de ceux qui peuvent être consultés en temps réel sur les situations du pays, ces dynamiques peuvent être gérées sans aucun inconvénient, à condition qu'elles respectent les temps où la propagande est réglementée, dans le cas de la Colombie selon le Consejo Nacional Electoral (2020) « La propaganda únicamente podrá realizarse en medios de comunicación 60 días antes de la votación, y en espacio público 3 meses antes » (paragr.5).

La Colombie est un pays où les électeurs ont une perception des candidats selon une association collective et de valeur à leur égard, cette perception change lorsqu'il est confronté à son expérience personnel, cela génère la différence et la confrontation entre la population, ainsi, au moment du vote, la sympathie, l'apathie et la polarisation sont évidentes, souvent le vote vise à ne pas laisser gagner des candidats qui unifient une perception collective de mécontentement envers le candidat dû à son courant politique, son passé personnel ou son impression, c'est alors que la propagande comme outil est importante pendant les campagnes électorales et a plus de force une fois connectée aux réseaux sociaux, de cette façon elle arrive d'une manière efficace et précise, elle s'adresse à des personnes qui se conforment à certains modèles pour qu'elles aient finalement une affinité avec les publications.

Cette stratégie d'utiliser dans leur propagande les situations qui sont produites au fil des ans dans le pays est un avantage, cela bien exécutée, peut permettre d'obtenir un plus grand nombre de votes, parce qu'ils peuvent déformer l'information et la transmettre par différents canaux de communication ou par le plus consulté sans que la population la réfute, parce que l'histoire de la Colombie est méconnue et que l'importance de la politique dans le pays est, en fin de compte, la base des autres systèmes tels que le système économique, judiciaire, des relations internationales qui servent à construire la société.

En conclusion, la propagande est un outil utilisé dans les campagnes politiques au niveau mondial et a évolué à l'aide du progrès technique et technologique constant des réseaux sociaux, qui font partie de la quotidienneté des citoyens. Ceux-ci augmentent les chances de gagner une campagne politique par leur portée massive, cependant l'utilisation des réseaux sociaux n'est pas

suffisante, car la conception de la propagande politique doit utiliser des outils discursifs (des slogans, des logos, des images, des théories de la couleur) afin d'accroître la perception positive de chaque récepteur. Les hommes politiques en Colombie, au-delà de l'utilisation et de la diffusion d'un discours politique à travers les réseaux sociaux, doivent produire un discours qui soit à la hauteur de la situation actuelle du pays et les événements historiques qui rendent compte du chemin parcouru, et par lequel il faut partir pour apporter un changement positif dans le pays.

Chapitre 3 : Méthodologie

Cette section traitera du type de recherche, de la tradition épistémologique, des instruments, des participants et des étapes du processus d'enquête. Sur le plan méthodologique, on s'est efforcé d'explorer plus en détail la recherche qualitative, associée à un outil permettant de développer une analyse du discours et d'exploration de l'interprétation et de la compréhension.

3.1 Type d'étude

Cette recherche opte pour une approche qualitative parce que l'objectif est de connaître les perceptions qui sont trop complexes en termes de mesure, on aborde le phénomène étudié et les données produites permettent d'avoir une analyse plus illustrative, on interprète les perceptions des jeunes en donnant un sens à leurs réponses.

Compte tenu de ce qui précède, le chercheur a un rôle crucial car il procède à une analyse des données en utilisant l'instrument de son choix, c'est ainsi que Bernal (2010) affirme que « Los métodos de investigación cualitativa se orientan a profundizar casos específicos y no a

generalizar. Su preocupación no es medir, sino cualificar y describir el fenómeno social objeto de estudio a partir de rasgos determinantes » (p.71), ce qui est justifié dans cette recherche parce que l'objectif est de connaître des perceptions qui doivent naturellement être étudiées sans ajouter de superstitions ou des hypothèses ainsi, l'objectif est d'étudier et d'interpréter la nature du phénomène et à ne vérifier aucune théorie.

3.2 Tradition épistémologique

Ce projet se concentre sur une tradition phénoménologique, car on fait une étude de la perception par rapport à l'expérience de chaque individu, pour Husserl (s.d) les interprétations subjectives étant unifiées peuvent atteindre la compréhension du phénomène, sans suivre de règles, ni de préjugés, simplement en analysant un fait dans le monde, de cette façon la phénoménologie sonde le monde basé sur l'intuition des sujets.

3.2.1 Participants

Pour cette recherche, une trentaine d'étudiants en Langues Modernes a participé, les uns actifs et les autres diplômés à l'université ECCI (de 18 à 24 ans), ces âges ont été pris en compte, en raison de la différence d'année entre les élections présidentielles, toutes ces caractéristiques ont été choisies par commodité pour faciliter le processus de collecte des données.

3.2.2 Rôle du chercheur

Le rôle du chercheur peut se présenter de deux manières, l'omniprésence qui permet de voir le phénomène de l'extérieur et deuxièmement, l'immersion où l'interaction directe avec la communauté est instaurée. Dans un premier temps, nous avons pris la décision d'élaborer une recherche préalable et théorique qui pourrait nous donner les bases pour penser au phénomène ;

dans un second temps, grâce à la création de groupes de discussion, une intervention a été développée avec 15 étudiants et 15 diplômés de Langues Modernes, de l'université ECCI, âgés de 18 à 24 ans, afin d'identifier leurs perceptions par rapport aux outils discursifs présentés à travers la propagande « El futuro es de todos » diffusée sur les réseaux sociaux lors de la campagne électorale d'Iván Duque en 2018.

3.2.3 Étapes du développement méthodologique

1. Recherche sur la propagande politique et les outils de discours diffusés sur les réseaux sociaux.
2. Le groupe de discussion où nous avons appliqué les deux instruments, c'est-à-dire l'entretien semi-structuré et l'enquête pour connaître la perception des jeunes participants à l'Université ECCI, ce groupe était composé de quinze diplômés et quinze étudiants.
3. Les données sont recueillies en faisant la transcription des séances.
4. Elles sont classées dans une matrice d'analyse structurée en trois parties. La première contient les données brutes, la deuxième les fragments les plus pertinents et la troisième l'interprétation finale.
5. Analyse.
6. Discussion.
7. Conclusions

3.2.4 Considérations éthiques

Pour la collecte de données de ce projet, des consentements numérisés (Annexe I) ont été élaborés et envoyés par courrier électronique institutionnel, en raison de la pandémie causée par

le COVID-19 afin de confirmer leur participation volontaire, clarifier la réserve absolue des informations partagées et garantir leur anonymat. Comme les groupes de discussion, l'entretien semi-structuré et le sondage ont été réalisés de manière virtuelle par la plateforme Zoom, les participants ont eu le choix d'allumer ou non la caméra sur leur appareil afin qu'ils soient à l'aise pour s'exprimer.

3.3 Instruments pour la collecte des données

Pour l'analyse proposée dans cette recherche, des groupes de discussion ont été créés afin de recueillir les informations. En effet, d'après Hamui-Sutton et Varela (2013) cela fonctionne comme « un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos » (p.2), en fournissant une compréhension des perceptions des participants sur les outils discursifs utilisés dans la propagande, c'est pourquoi trois groupes focaux composés de 10 personnes ont été constitués afin de permettre une interaction active.

Chaque enregistrement s'est déroulé dans une seule séance et au cours de cet espace un entretien semi-structuré a eu lieu, avec un total de cinq questions de base, parce que selon Bravo et al. (2013) « presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas, debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados, su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos » (p.163). Un sondage

simultané a également été effectué auprès du groupe de discussion, via Google, il est important de comprendre que pour López et Fachelli (2015) :

la encuesta permite la recogida y el análisis información con un contenido o una naturaleza, evidentemente, social (encuesta social, matriz de datos sociales), y fundamentalmente para referirse a hechos o acontecimientos de naturaleza más objetiva donde el encuestado es el principal protagonista y referidos a su entorno de vida personal y social, al conocimiento o el recuerdo de acontecimientos pasados, y cuando se trata de caracterizar a la población en términos individuales, aunque cabe plantear cuestiones que formalicen las relaciones sociales y las redes sociales para el análisis de la interacción social. (p.18)

Ces ressources nous ont permis d'interpréter et de comprendre la perception politique des étudiants à l'université ECCI, les données fournies par ces outils peuvent permettre le développement de l'étude afin d'atteindre un arc argumentatif qui donne validité à la recherche.

Chapitre 4 : Analyse des données et résultats

Le présent chapitre vise à établir une approche des groupes de discussion composés d'étudiants actifs et diplômés des études en Langues Modernes à l'université ECCI. Dans un premier temps, l'enquête est présentée avec un bref résumé des données sociodémographiques (voir tableau 1) qui nous a aidé à connaître son objectif et délimitation.

Tableau 1

Fiche technique

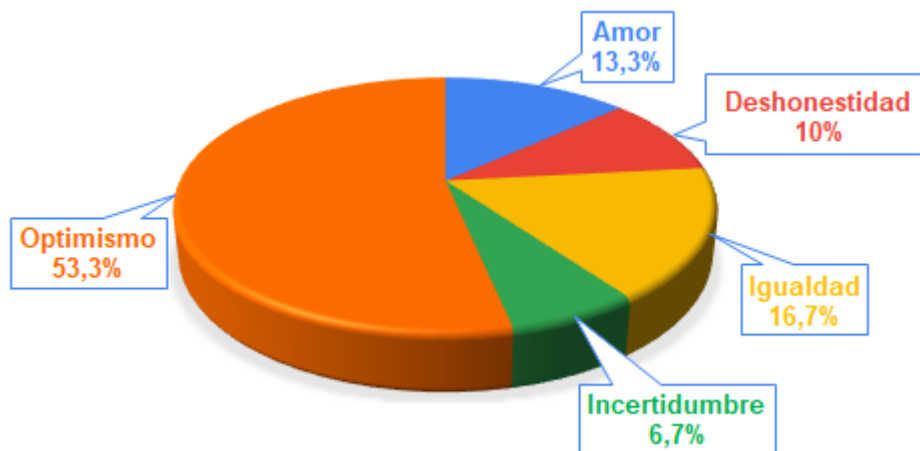
Qu'est-ce que les jeunes pensent de la propagande « el futuro es de todos » ?

Objectif	Identifier les perceptions des étudiants et diplômés en Langues Modernes à l'université ECCI (âgés de 18 à 24 ans) sur les outils discursifs employés dans la propagande « El futuro es de todos » de la campagne électorale d'Iván Duque 2018, diffusée sur les réseaux sociaux.
Population cible	Hommes et femmes, étudiants actifs et diplômés en Langues Modernes à l'université ECCI (âgés de 18 à 24 ans).
Taille de l'échantillon	30 étudiants actifs et diplômés des études en Langues Modernes à l'université ECCI, dont 21 femmes et 9 hommes.
Technique utilisée pour la sélection de l'échantillon	Pour des raisons de commodité.

Tout de suite, les graphiques concernant les questions posées avec les résultats obtenus. Les questions de l'enquête ont été rédigées en espagnol parce que nous ne connaissons pas le niveau de français des participants.

Figure 1

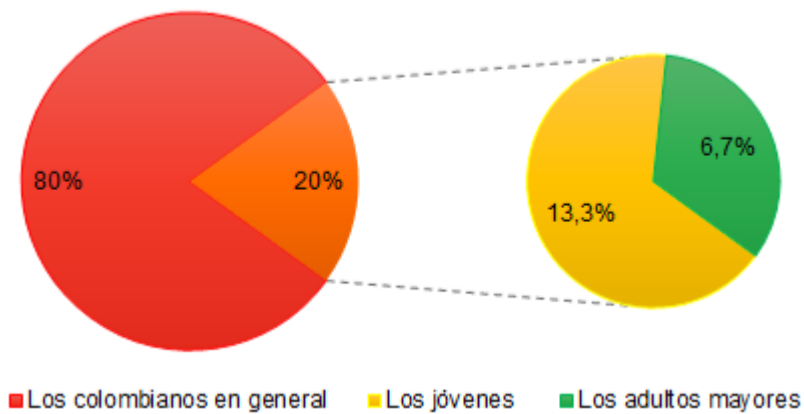
¿Con qué Palabra Puede Relacionar el Vídeo?



En ce qui concerne la première question : avec quel mot pouvez-vous relier la vidéo ? 53,3 % des participants ont choisi le mot optimisme, 16,7 % ont dit l'égalité, 13,3 % ont mentionné l'amour, 10 % ont choisi la malhonnêteté et 6,7 % ont décidé de choisir l'incertitude.

Figure 2

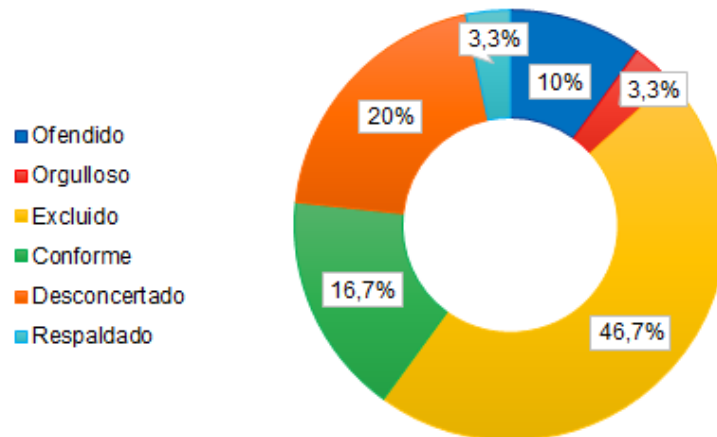
¿Para Quién Cree que Va Dirigido el Vídeo?



Quant à la question, À qui la vidéo est-elle destinée ? On observe que 80 % des participants ont répondu que cela concernait les Colombiens en général, 13,3 % ont indiqué que cela concernait les jeunes et 6,7 % seulement les personnes âgées.

Figure 3

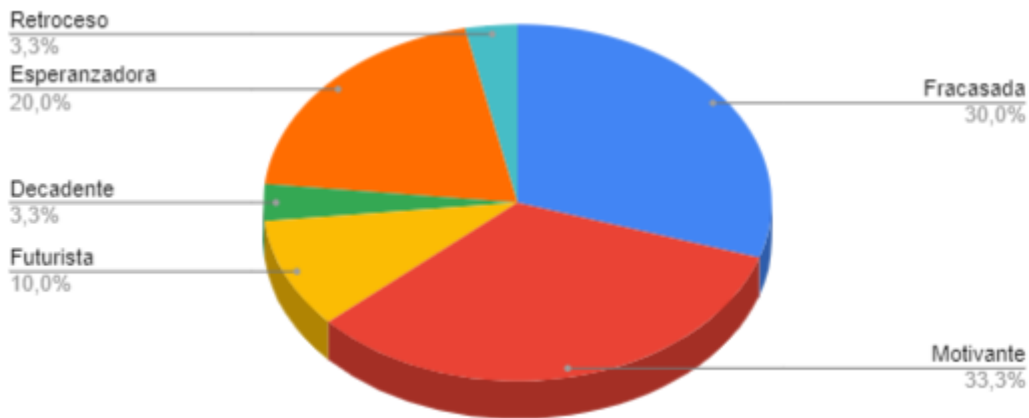
Conociendo las Minorías del País y si Formara Usted Parte de una de Ellas, con el Vídeo se Sentiría Usted



Sur la question de l'inclusion des minorités du pays, compte tenu du fait qu'elles font partie de l'une ou l'autre de ces minorités, 46,70 % des participants ont exprimé se sentir exclus, 20 % ont manifesté de la perplexité, puis 16,7 % se sont dits satisfaits, 10 % des personnes interrogées se sont senties offensées et seulement 3,3 % ont dit qu'elles étaient fières et soutenues.

Figure 4

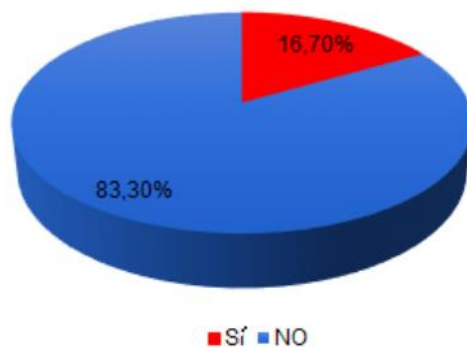
Construir es el Verbo Base de la Propuesta del Vídeo de Iván Duque, esta Construcción la ve Usted como



Quant à leur perception du verbe construire, 33,3 % des participants ont répondu avec le mot motivant, 30 % avec le mot échec, 20 % avec le mot espoir et 10 % avec le mot futuriste. Finalement, 3,3 % l'ont considéré comme décadent et régressif.

Figure 5

Basándose Únicamente en el Vídeo y Dejando de Lado Cualquier Idea de la Actualidad ¿Votaría por Iván Duque?



Quant à la question de savoir s'ils voteraient pour Iván Duque, se basant uniquement sur

la vidéo, 83,3 % des participants ont clairement indiqué qu'ils ne voteraient pas pour lui et 16,7 % ont dit oui.

Le tableau suivant est un résumé des réponses des participants (annexe II), chaque groupe de 5 personnes a son propre résumé, il est laissé dans sa langue originale pour éviter des changements de sens, ou l'ajout de subjectivités des chercheurs. Les matrices d'analyse se structurent à partir des trois catégories principales : perception, propagande et outils discursifs (voir tableau 2).

Tableau 2

Catégorisation de Données des Groupes de Discussion

Categorización	
Categorías	Grupo 1
Percepción (El proceso de reconocer (estar consciente), organizar (reunir y almacenar), e interpretar (acercarse al conocimiento) la información sensorial, debido a que juega con los sentidos humanos que generan señales del ambiente a través de la vista, la escucha, el tacto, el olfato y el gusto (Ward et al., 2010).	Los participantes del grupo 1 destacan del vídeo valores tales como el amor, optimismo, trabajar juntos, justicia, igualdad, integridad, ayuda, unión y el respeto. Uno de ellos reconoce que si se respeta la vida de otra persona y sus espacios se construye un mejor país y todos podemos vivir de una mejor manera. Otro mencionó que una persona no puede ser justa si siente envidia o es egoísta. Con respecto a las escenas del video que los identifican, a uno de ellos le llamó la atención en donde la señora hace un intercambio de dinero con un señor exponiendo la integridad, pero el señor no sonreía, por lo que agrega que la gente no esta tan contenta de ser tan íntegra u honrada cuando alguna cosa no lo beneficia. Constantemente hay una referencia a la familia en la escena donde la niña le ayuda al abuelito, a una de las participantes le gusta demasiado y enuncia que la representa, de igual manera comentan que todo empieza desde casa y que un colombiano es muy familiar y se preocupa mucho por su familia. Además, se cree que el video está dirigido en su mayoría a la población joven y universitaria.
	Grupo 2 En el grupo 2 existe una asociación de valores a nivel intrapersonal e interpersonal de amistad, unión y familia. Adicionalmente el valor del respeto prima ante los demás, puesto que uno de los participantes considera que hay que respetar a las personas y sus gustos, otro comentó que se deben respetar las opiniones de los otros y no intentar cambiarlas. En relación con la escena que los representa, la mayoría no recordaba lo que había visto en el video, sin embargo, una de ellas logró destacar aquella donde una persona está ayudando a un señor mayor porque siempre se trata de colaborar a los demás y es un punto que desde la familia se aprende.
	Grupo 3 En el grupo número 3 los participantes se describen con valores como el amor hacia la familia, justicia, respeto, optimismo e igualdad. Un participante considera que la igualdad es el valor con el que más se reflexiona y se debe tener siempre, por otra parte, otra resalta que el amor, debido a que todo se hace con este valor. La escena que destacó en este grupo es donde las personas se encuentran en una construcción porque lo comparan con que todo empieza desde una base y a partir de ahí se construye una gran

	<p>sociedad, por último, una de las participantes desde su experiencia se identifica con la escena de la madre despidiendo a su hijo porque allí vio reflejada a su madre.</p>
	<p>Grupo 4</p> <p>El grupo 4 se describe con valores como respeto, justicia, amor, optimismo e inclusive con sueños. En cuanto al respeto, un participante aclara que es en cuanto a la comunidad lgtbi+. Un participante no da respuesta concreta a la pregunta. La escena del video con la que se sienten identificados, el grupo coincide en la escena del muchacho que abre la puerta para la chica, también es un grupo que se identifica mucho con su familia, pues las escenas que mencionan son las de amistad, amor y ayuda a los demás.</p>
	<p>Grupo 5</p> <p>El grupo número cinco se inclina más por valores como el respeto, amor, trabajo, amistad, igualdad y optimismo en el que una de las participantes intenta ser positiva en la mayoría de cosas que hace. Hubo otro que dio como respuesta que es complicado. En relación a la escena que los identifica, la mayoría concuerda con el trabajo por la familia como lo más importante en el video, también se mencionó la amistad y alguien no pudo decidirse a la final declarando que le gustan todas.</p>
	<p>Grupo 6</p> <p>En el grupo 6 los participantes se identificaron con valores como el respeto, justicia y optimismo, uno de ellos explicó que, analizando su manera de juzgar al mundo, se entiende que tanto respeta a los demás, otro participante dijo que todos se tienen que regir por el respeto para no entrar en disputas de cualquier índole. Por otra parte, fue mencionado el positivismo haciendo una comparación inversamente proporcional a lo que el positivismo idílico de Jorge Luque Linares se refiere. En la percepción de las escenas, fue más común para los participantes el sentirse identificados con aquellas que reflejaban el trabajo, para uno porque a base de este su familia se ha construido, puesto que son personas del campo, han sido albañiles y de bajos recursos, para otra participante es algo que le causa tristeza porque no es la realidad del país y en cambio hay desempleo.</p>
	<p>Categorización</p> <p>La percepción de los participantes ante el video denotó valores, virtudes, emociones y sentimientos arraigados a sus propias vivencias, el grupo no hizo una distinción entre estos significados y generalizó todo como valores, por ello se encuentra un consenso implícito de amor, amistad y respeto haciendo referencia a su entorno familiar y personal. Al tomar estos conceptos hacen conexión instantánea con sus experiencias, evocando recuerdos de lo que han visto, lo que han escuchado y han aprendido de su familia, por ello demuestran ser conscientes de que no han tenido una vida fácil y a pesar de eso deben seguir adelante recalcando el optimismo y honestidad. De esta manera muestran la sensación de que con ello el país podría mejorar ante lo que generalmente no se ve reflejado en la situación actual, por ende se interpreta su anhelo por un cambio, además se evidencia un sentimiento de insatisfacción e inconformidad que recae sobre la sociedad que no busca un beneficio colectivo sino individual y a pesar de tener una cierta afinidad por algunas de las escenas del video en donde se representa a la gente trabajadora o a las madres que salen a despedir a sus hijos, los participantes hacían notar su desagrado por la manera en la que se materializó el video porque desde su propia interpretación no fue suficiente la forma en la que se abarcó dicha situación.</p>
<p>Propaganda (Se entiende por propaganda la acción sistemática reiterada, ejercida por medios orales, escritos o</p>	<p>Grupo 1</p> <p>En el grupo 1 se entiende el uso de la palabra construcción como la invitación a trabajar entre todos para evitar que por diversas situaciones Colombia siga teniendo un proceso de desarrollo más lento que otros países, uno de los participantes interpretó que con la repetición de la palabra construir intentan decir que el país se encuentra destruido y él no lo ve de esa manera. También reconocen que es motivante escucharla, pero a su vez</p>

<p>icónicos, sobre la opinión pública, con una finalidad persuasiva, principalmente mediante la sugestión y técnicas psicológicas similares, para imbuir una ideología/ doctrina o incitar a la acción mediante la canalización de actitudes y opiniones (Rodero, 2000, p.3).</p>	<p>es idealista porque son conscientes que el pasado de Colombia aún repercute en el presente. Por parte del hashtag #EsElQueEs, ellos indican que es un juego de palabras que busca presentar una idea y hacer que la crean, todo esto manejado por medio de la publicidad.</p>
	<p>Grupo 2</p> <p>En el grupo 2, los participantes se refieren al uso de la palabra construcción durante el video como un mecanismo usado hacia al pueblo colombiano con el fin de dar esperanza de que habrá un cambio en la sociedad, sin embargo, uno de ellos agrega que es muy cliché y que la palabra fue mal elegida porque es lo típico que se dice en una candidatura. Por otra parte, hacen la apreciación de que es solo marketing porque en la actualidad no se ha visto esa construcción que tanto mencionaba, lo cual los lleva a decir que es contradictorio que haya empleado dicha palabra. En cuanto a la imagen y el hashtag usado al finalizar el video, a uno de los participantes le pareció bastante prepotente y narcisista porque daba a entender que él era la única solución. Todos los participantes comentaron que fue un mensaje cerrado creado de acuerdo a la jerga colombiana y dirigido especialmente a los jóvenes.</p>
	<p>Grupo 3</p> <p>En el grupo 3, los participantes afirman que con la reiteración de la palabra construcción se busca desacreditar lo realizado por anteriores mandatos, uno de los participantes si está de acuerdo en que el país ha venido en decadencia, pero se han logrado construir varias cosas como sociedad, otro comentó que se quiere dar el mensaje a la sociedad de que le faltan cosas por construir y que cada uno debe aportar su grano de arena para el progreso del país. En cuanto al hashtag y la imagen con la que cierran el video ellos indican que lo que hace es elevar su egocentrismo al no dar más opciones, incitando a la sociedad a pensar que si es la persona indicada con mensajes visuales destacando el color azul que representa responsabilidad y liderazgo.</p>
	<p>Grupo 4</p> <p>El grupo 4 encuentra en la propaganda de Duque el uso del verbo construir asociado con una crítica al gobierno de Santos, en cuanto a una destrucción por parte se ese gobierno, además de eso lo ven como evolución, desarrollo, y que Duque buscaba construir todo lo visto en el video en su mandato. Por parte de la imagen y el hashtag, el grupo comparte la idea de que esterques, es una frase coloquial o muy usada por los colombianos, los colores representan esperanza y calma, el hashtag es tanto como para jóvenes como para adultos.</p>
	<p>Grupo 5</p> <p>En cuanto a la categoría de propaganda en las respuestas se encuentra que ven el verbo construir como una unión de la sociedad que trabaja poco a poco para lograr lo que se ve en el video, ven una búsqueda de conmoveer, en cuanto a la imagen y el hashtag dicen que busca demostrar que hay cambio, y demuestra seguridad, pero a su vez es imponente.</p>
	<p>Grupo 6</p> <p>En el grupo 6 indicaron que el objetivo propuesto con la palabra de construcción era transmitir confianza, un participante lo ve como el referente base de su campaña y otro indica que lo hace para llamar la atención de los electores. En cuanto al hashtag ellos mencionan que lo utiliza para proyectar seguridad, dando a entender que él es el indicado para ejercer el cargo a la presidencia, además, manifiestan que tiene una conexión con las redes sociales para hacerlo viral, puesto que es una frase con un vocabulario muy coloquial.</p>
	<p>Categorización</p> <p>Los participantes entienden que todo lo mencionado en el video es la base de una campaña política que lo que busca es transmitir confianza al incluir juegos de palabras para buscar afinidad por parte del pueblo e imponer que se vote por el candidato. La</p>

	<p>propaganda es notoria para ellos, pues reconocen que se tiene que llegar al corazón del público buscando generar una visión positiva del futuro del país, ya que cualquier beneficio que les facilite el camino, como seres humanos siempre van a tomar esa opción. Además, encuentran que de manera implícita se demerita a los gobiernos pasados, esto con el fin de generar que los electores hagan una comparación y desde su imaginario lo vean como la salvación a problemáticas que aquejan a la sociedad. Para finalizar, ellos encuentran que la mezcla de varios elementos como la reiteración de una palabra, utilizar cierto tipo de colores han sido definidos para llegar a todos los colombianos.</p>
<p>Herramientas Discursivas (Las herramientas discursivas son aquellas técnicas o mecanismos que dirige un orador mediante un procedimiento para utilizar el lenguaje, puede ser la creación o elección de estrategias de forma intencional con el fin de transmitir un mensaje que tiene un objetivo particular y se encuentra previamente establecido. Pueden ser palabras específicas que generen familiaridad, lemas, logos, imágenes, teorías de color, lo importante es captar una percepción positiva o no del receptor)</p>	<p>Grupo 1</p>
	<p>En el grupo 1 los participantes comentaron que en el video no ven la inclusión, aun cuando les parece bonito e idealista, muestra un nivel social en específico y no a gran parte de los colombianos, entre ellos destacan a los indígenas, campesinos, los desplazados, la comunidad LGBTI. Estos los consideran muy importantes porque a la final todos son colombianos independientemente el lugar en donde estén viviendo, por ello también hacen énfasis en que quienes debieron aparecer en el video son personas que dan lo mejor de sí para salir adelante a pesar de las adversidades como las madres solteras o deportistas con alguna discapacidad.</p>
	<p>Grupo 2</p>
	<p>En el grupo 2 afirmaron que ven algo muy superficial porque muestran trabajadores, abuelos, jóvenes, discapacitados, pero omitieron a otra parte de la población, consideran que es publicidad y solo muestran lo que quieren, un mundo mágico con todo lo positivo dejando de lado lo negativo, tal como dijo una participante siempre habrá una persona que busca hacer el mal a los demás y en el video no se encuentra.</p>
	<p>Grupo 3</p>
	<p>En el grupo 3 indicaron que no vieron reflejada la inclusión en el video aun cuando mencionaron la igualdad. Uno de los participantes considero importante tener en cuenta el proceso de paz para la realización del video porque aquellas personas debieron ser mostradas. Otro si vio la inclusión, pero le faltó, es decir fue muy neutro al mostrar en su video únicamente personas de clase media sin tener en cuenta a la gente de bajos recursos y a los indígenas.</p>
	<p>Grupo 4</p>
	<p>El grupo coincidió en que la inclusión del video es limitada y superficial, no hay personas del campo, indígenas, zonas vulnerables y no muestra diferentes realidades debido a que todos somos diferentes.</p>
	<p>Grupo 5</p>
	<p>En la categoría de herramientas discursivas el grupo número cuatro, tiene sus respuestas divididas, algunos consideran que no se muestra la inclusión, que son estereotipos y muestra la parte linda del país, o se queda corto, mientras que algunos si ven la inclusividad, de manera positiva y con valores.</p>
<p>Grupo 6</p>	
<p>En el grupo 6 se dijo que no hay inclusión en el video porque no muestra a profundidad lo que sucede en los rincones del país, no aparecen los indigentes o personas discapacitadas en silla de ruedas, uno de los participantes hizo énfasis en que, si bien no representa a toda Colombia, el país es muy diverso y sería muy difícil mostrar todo en el video.</p>	
<p>Categorización</p>	
<p>Los participantes se percataron que en el video hubo una estrategia en la que a su manera se intentó representar a toda la sociedad colombiana con el fin de que cada persona se sintiera representada y tuviera la visión de un futuro próspero, sin comprender que solo mostraban aquella parte de Colombia donde las oportunidades se encuentran presentes.</p>	

	Además, destacaron que no incluyeron la realidad por la que atravesaba el país puesto que podría ser un arma de doble filo al recordarle a los colombianos que, en parte, esa situación se debe a la gestión que han realizado gobiernos pasados, los cuales son elegidos por ellos mismos, así las cosas, tendrían el tiempo para hacer un acto de reflexión y centrarse mejor en lo que al país le pudiera convenir.
--	--

Enfin, le tableau des catégories émergentes est présenté (voir tableau 3). Celles-ci sont liées aux réponses des participants. Le résumé n'est pas traduit en français pour éviter d'ajouter de la subjectivité de la part des chercheurs.

Tableau 3

Catégorisation Émergente

Categorías principales	Categorías Emergentes	Resumen
Percepción	Percepción social el concepto de percepción social para designar a aquella percepción en la que influyen los factores sociales y culturales y que tiene que ver tanto con el ambiente físico como social; en realidad, la percepción humana es social y se estructura con los factores sociales y culturales. De hecho, lo que finalmente hacen es abordar otros aspectos sociales como las creencias, las actitudes, las opiniones, los valores o los roles sociales. Hay quienes han empleado ese concepto para referirse al reconocimiento que el individuo hace de las otras personas (Vargas, 1994, p.53).	Los participantes expresaron su opinión sobre lo que el valor elegido aportaría al país, teniendo todavía la falta de claridad en materia de valores, sensaciones y emociones. En cuanto a sus respuestas hubo una conexión con sus propias experiencias, en el caso de una participante quien habló del amor haciendo énfasis en que debe estar en todos los aspectos, otro encontró la relación con sus abuelos y padres manifestando que al transmitir el amor generación tras generación se puede construir país, uno de ellos destaca la estrategia de utilizar a la familia y el amor pues da a entender que depende de sí mismo forjar ese sentimiento y no de un presidente quien de cierta manera es el responsable de formar un país próspero. Otros creen que el optimismo construye país siempre y cuando la persona tenga un sueño y esté dispuesta a cumplirlo a pesar de las adversidades, consideran que la amistad se basa en conseguir personas que compartan los mismos ideales con el fin de cumplir un objetivo particular: un país mejor. Por otra parte, los participantes se refirieron a algunos conceptos pertinentes que debieron aparecer en el video tales como la equidad y la unión, puesto que el trabajo en equipo es importante para salir adelante. A nivel personal nombraron la humildad y la integridad, recalando que aun cuando alguien tenga más que otro nunca subestimarle con el fin de tener un punto de equilibrio que beneficie a ambas partes. En cuanto a su definición del colombiano se destacaron palabras como alegre, amable, perspicaz, resiliente, trabajador y nuevamente optimista. Los participantes que han tenido la oportunidad de vivir en el extranjero, compararon y encontraron que en ciertos aspectos los colombianos son mejores al ser audaces y más solicitados en un empleo. Entre las palabras negativas se halló ignorante y mediocre diciendo que el colombiano es conformista, llevándolo a un nivel educativo. Cuando se les preguntó por su visión de si lo hecho por gobiernos anteriores es un proceso de construcción, la gran mayoría coincidió en que, si ha

		<p>existido dicho proceso, debido a que una sociedad está en constante construcción, sin embargo, ha sido muy lento, hay un avance, pero luego hay un retroceso en diferentes áreas. Los que dijeron no, se aferraron a la idea de que los valores del vídeo no existen en este momento y falta demasiado para tener una mejor calidad de vida. Para finalizar, con respecto a si pudieran agregar una escena del video, se destacó la oportunidad de incluir algo más real como la gente en pobreza haciendo sus labores diarias o las partes más golpeadas del país.</p>
Propaganda	<p>Comunicación política la comunicación política establece la interacción voluntaria de un mensaje político desde el emisor hasta el receptor, con la intención de arrastrar a quien lo recibe hacia una dirección determinada, de tal manera que no pueda encaminarse hacia otra (Cotteret, 1973).</p>	<p>Según algunos participantes, el mensaje transmitido a través del hashtag va dirigido a todo el público en general y no ven que vaya para una población o edad específica. Sin embargo, algunos mencionaron que al agregar #eselquees puede ir directo hacia sus oponentes y a personas mayores de quienes típicamente se escucha esa frase. Para ellos, hacen parte de la población adulta las personas de 35 años en adelante. En contraste, otros participantes lo relacionaron con los jóvenes, pues dijeron que sus abuelos o padres no tendrían mucho interés en saber que es un hashtag y como se utiliza. En cuanto a mostrar que el video es inclusivo, los participantes manifestaron que la mejor manera de comunicarlo es ir más a profundidad, es decir, presentar la realidad del pueblo colombiano en el sentido de la educación, reflejar aquellas personas que tienen distintos talentos y su cultura, de igual manera mostrar los lugares apartados y contar la historia que quienes tienen que luchar día a día.</p>
Herramientas Discursivas	<p>Estrategias de comunicación Se entiende por estrategia de comunicación, además, la forma en que los determinados objetivos de comunicación son traducidos en lenguaje inteligible para el público receptor, para que los pueda asimilar debidamente. Cualquier teoría de comunicación está condicionada por las propias teorías de la comunicación, la creatividad y la forma de entender ambos factores por parte de quien va a decodificar el mensaje (Cárdenas, 2019, p.18).</p>	<p>Al poner a los participantes en el papel del candidato, en cuanto a la elección de la palabra que se reitera durante el video, coincidieron en su mayoría que el verbo construir no fue la mejor opción consideran que es muy básica, pues así como se dijo en la subcategoría de interpretación los jóvenes perciben, aunque lento, un avance constante del país, ellos hubiesen optado por verbos de continuidad ante los gobiernos anteriores, presentando como opción la palabra desarrollar, la cual puede ser más acorde a la situación del país, también propusieron la palabra educar porque es la mejor herramienta para contrarrestar la ignorancia. Ante la pregunta de si ven la construcción expuesta por Duque como un cambio radical o un proceso que ya viene con planos establecidos por gobiernos anteriores, los participantes tuvieron respuestas divididas, unos expusieron que durante cada periodo presidencial intentan construir, pero cuando termina e inicia el próximo se destruye lo que se había planteado por nuevas políticas o ideales por ende se crea un retroceso. Otros manifestaron que la construcción sigue el mismo camino pues consideran que los presidentes vienen de las mismas familias o de los mismos partidos políticos.</p>

<p>Neuromarketing político El neuromarketing presenta el objetivo de estudiar las bases cerebrales en las que se asienta el lenguaje político del ser humano, con la finalidad de poder organizar un discurso político que conecte de una manera más profunda con la sociedad y así captar electores (Feenstra & Pallares, 2017, p. 12).</p>	<p>Al preguntar a los participantes si el video logró hacerlos sentir orgullosos de ser colombianos, gran parte manifestó que así fue porque les recordó su cultura y que son seres trabajadores, cálidos, lo cual los hace destacar de los extranjeros. Sin embargo, para otros no les da la sensación de orgullo aun cuando muestra situaciones positivas, no es lo que se vive en el país, además todos los colombianos no tienen esos valores y en ocasiones predominan las intenciones negativas que los lleva a cometer actos que infortunadamente quedan grabados en las personas del exterior y lo tienen como punto de referencia cuando se habla del país.</p>
<p>Políticas Culturales el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden de transformación social (García, 1987, p.26).</p>	<p>Cuando se preguntó a los participantes sobre la razón por la cual el candidato omitió algunas minorías del país en el video, ellos dieron a entender que Duque por ser un representante del centro democrático se tiene que alinear a los ideales de dicho partido para ser consecuente con lo que este intenta exponer al país, de lo contrario podría generar controversias dentro de sus propios adeptos. En su caso particular son conservadores, por lo tanto, incluir a la comunidad LGBTI podría haber desatado inconformismo y desaprobación de sus seguidores.</p>

4.1 Discussion des résultats

Dans les groupes de discussion et dans l'enquête sur la perception des jeunes à l'université ECCI, face à la propagande de la campagne électorale du président Iván Duque, on a constaté que par rapport aux catégories principales qui sont la perception, la propagande et les outils discursifs, les jeunes, à partir de leurs réponses et de leurs intuitions, offrent la possibilité de réfléchir sur l'information qui se trouve dans les médias et qui a un lien avec l'exercice politique. Il en ressort des catégories émergentes qui nous permettent de comprendre la pensée et l'exercice politique comme *la perception sociale, la communication politique, les stratégies de communication, le neuromarketing politique et les politiques culturelles*.

En premier lieu, on a mis en évidence que les participants n'ont pas laissé de côté les événements du présent au moment de répondre aux questions, car au début de toutes les séances, on leur a expliqué et demandé d'oublier leurs positions face au gouvernement actuel et ce qu'ils

ont vécu au cours de ces trois années. Ils ne pouvaient pas se détacher parce qu'ils évoquaient toujours des situations ou des événements auxquels Iván Duque est aujourd'hui lié, ou ils soulignaient que la propagande était belle et attrayante, ce qui a malheureusement resté dans une simple utopie. Une action très courante au sein des groupes de discussion a eu lieu lorsque les jeunes exprimaient leur opinion face aux questions, qu'un ou plusieurs d'entre eux avaient des affinités sur les interventions précédentes en influençant les réponses de ceux qui continuaient à participer.

De même, une autre action présente dans les groupes de discussion a été de ne pas utiliser la caméra même si on leur a donné la possibilité de l'utiliser, cependant, les étudiants ont préféré conserver leur anonymat, cela leur a permis d'être plus à l'aise et de mieux participer. Dans les interventions, ils ont souligné qu'ils avaient peu ou pas de connaissance de la politique, afin d'éviter d'être pointé du doigt ou biaisé par leur manque de connaissance, c'est-à-dire qu'ils avaient un sentiment de honte inutile, mais il convient de préciser qu'aucun des participants, y compris les chercheuses, n'a une connaissance complète des aspects de la politique.

Par conséquent, il est compris que la politique est un sujet de grande importance, qui évoque des susceptibilités et peut être controversé, d'où leur imprécision pour répondre aux questions posées, notamment par ceux qui sont en cours de formation, parce qu'ils n'ont pas la capacité de fournir une réponse logique et avec des arguments, par contre, les jeunes diplômés exprimaient leur opinion avec des idées plus élaborées en comparant la vidéo à la réalité du pays, bien qu'il n'y ait pas seulement une nette différence entre les réponses des diplômés et des étudiants, mais on remarque aussi le niveau d'attention, car beaucoup d'étudiants ont eu du mal à se souvenir des scènes ou des mots de la vidéo.

D'autre part, quant à la question du groupe de discussion avec quelle valeur de la vidéo êtes-vous identifié ? on a remarqué qu'ils ne distinguent pas les concepts de valeurs, de vertus, d'émotions et de sentiments, ils ont fini par généraliser tout en tant que valeurs, car pour eux tout ce qui est positif fait partie de ce groupe, mais il faut préciser que selon Steinfath (2014) une valeur est l'estime élevée ou réduite que quelqu'un donne à une action générant des émotions, la vertu est la disposition à réaliser quelque chose, les émotions sont des stimuli produits de manière immédiate et les sentiments se réfèrent aux stimuli au niveau social, en ne fournissant pas de concepts préalables, on trouve que les participants normalisent également le caractère de la question, car lorsqu'on leur a parlé de valeurs, aucun d'entre eux n'a fait une réflexion en disant que les concepts auxquels ils se rapportaient n'étaient pas de valeurs, c'est pourquoi ils ont mélangé l'amour, le respect, la justice et l'amitié dans la même catégorie.

Au contraire, avec une question similaire qui a été posée dans l'enquête, le concept de valeur a été distinguée et des concepts à connotation négative tels que la malhonnêteté et l'incertitude ont été inclus. Cependant, en ce qui concerne la question « à quel mot peut-on relier la vidéo ? » des réponses telles que l'optimisme ont prévalu avec 53,3 % des participants qui l'associent à la force de base du colombien pour atteindre ses objectifs, le mot égalité avec 16,7 % parce que de leur point de vue tous méritent d'avoir le même type de conditions en tant que colombiens et le mot amour avec 13,3 % car pour eux, c'est de cette façon que nous construisons le pays. Néanmoins, la grande partie des femmes c'est à dire 21 interrogées sur les 30 participants, répondaient de manière très sentimentale ou maternelle, parce que culturellement les femmes ont assumé le rôle maternel dans leurs cercles sociaux et ont dans leur être une responsabilité de prendre soin des autres. Comme Noddings (2013) l'a mentionné « women, like

act-deontologists in general, give reason for their acts, but the reasons point to feelings, needs, situational conditions and their sense of personal ideal rather than universal principles and their applications » (p.96).

Après avoir énoncé que l'amour construit un pays, il a été formulé quelle était la vision des participants quant au verbe construire, cette question particulière a eu comme résultat le mot motivation avec 33,3 % des participants, parce que la vidéo invite à travailler ensemble pour façonner l'avenir de la Colombie et encourage à construire un meilleur pays en montrant des personnes avec une grande qualité de vie. Il y a aussi deux visions positives, où les participants ont de l'espoir avec 20 % et expriment une perspective futuriste avec 10 %, ces sont des expectatives qu'ils ont par rapport à la vidéo parce qu'ils pensent que c'est prometteur. De manière prépondérante, les participants évoquent une conception positive de la propagande, néanmoins, 30 % des personnes interrogées emploient le mot échec, ce qui montre que la conformité n'est pas générale. Dans le groupe de discussion, comme nous l'indiquons dans la catégorisation des outils discursifs, les participants se sont rendu compte que dans la vidéo il y avait une stratégie dans laquelle à leur manière on a essayé de représenter toute la société colombienne afin que chaque personne se sente représentée et ait la vision d'un avenir prospère, sans comprendre qu'ils ne montraient que c'est une partie de la Colombie où les opportunités sont présentes. Par contre, en ce qui concerne le sentiment des jeunes face aux situations du pays, ils affirment que le tour d'horizon est désespérant et désolant, même s'ils obtiennent les outils nécessaires pour faire leur vie, n'ont pas les opportunités suffisantes. Cela montre aussi qu'en tant que jeunes étudiants de Langues Modernes, ils constatent qu'il n'y a aucune chance d'évolution professionnelle, ils préfèrent chercher un avenir loin de la Colombie, ce qui affecte le

progrès du pays parce que ceux qui pourraient innover et contribuer, partent afin de chercher un soutien international.

À cause de cela, en ce qui concerne la question, à qui la vidéo est-elle destinée ? 80 % des personnes interrogées ont répondu qu'elle s'adressait aux Colombiens en général, en indiquant qu'elles ne se sentaient pas exclues de recevoir un message à caractère politique, voilà pourquoi le but de la propagande est atteint lors la campagne électorale, qui visait à avoir une large portée pour obtenir plus d'approbation et le plus grand nombre de votes possibles. Deuxièmement, avec une grande distance par rapport à la première option, on trouve les jeunes avec 13,3 % des participants qui voient dans la vidéo des aspects qui peuvent attirer l'attention des jeunes comme l'utilisation d'un hashtag ou le fait de les représenter en montrant qu'ils établissent des relations amicales, d'amour et de travail. Les personnes âgées, quant à elles, se situent à la troisième place avec 6,7 % des participants qui les ont choisies parce que leur expérience et leurs paroles peuvent influencer la décision de leurs membres de la famille qui sont mineurs. Enfin, personne n'a considéré que la vidéo ne s'adressait pas aux enfants, car ils sont attirés par d'autres types d'images, et bien qu'ils soient de futurs électeurs, ils ne leur accordent pas assez d'importance parce qu'ils ne sont pas la cible immédiate.

À ce stade, il est important de mentionner que les participants, tout en étant un groupe jeune, n'ont pas insisté sur l'inclusion en ce qui concerne la communauté LGBTIQ+, on pense que les jeunes sont considérés comme des progressistes et qu'ils cherchent l'intégration des minorités dans la société, toutefois il convient de préciser que cette perception est éloignée de la réalité. De la même manière, pour ce qui est de savoir comment ils se sentiraient avec la vidéo, s'ils faisaient partie d'une minorité, on a eu comme résultat inattendu avec 46,7 % que la plupart

des participants se sentaient exclus, mais le groupe de discussion n'a pas beaucoup parlé du sujet, parce que dans la vidéo ils ont fait une représentation superficielle de ce qui est vraiment la société colombienne et ils l'associent toujours à des personnes avec peu de ressources et non à la diversité culturelle de la Colombie. Au contraire, la relation entre l'information fournie et leur manifestation d'exclusion est clairement démontrée lorsqu'ils parlent de situations ou d'événements personnels dans lesquels ils soulignent leur point de vue pour construire un meilleur pays et donnent leur avis sur ce qui définit le Colombien, il convient de préciser que les réseaux sociaux sont essentiels à la démocratisation de l'information et de l'opinion aujourd'hui.

Dans cet ordre d'idées, les réseaux sociaux ont joué un rôle important dans la mondialisation des événements du quotidien des Colombiens, ils permettent de se rapprocher immédiatement de l'information, considérant que celle-ci reste polarisée mais guidée par un algorithme personnel où les intérêts individuels sont matérialisés par des informations filtrées sur chaque réseau social, un exemple récent est le *Paro Nacional en 2021* où les publications les plus partagées et observées étaient les abus d'autorité recherchant un appel d'aide, en attirant l'attention des personnalités publiques et d'organismes internationaux qui se sont vus dans l'obligation de se rendre au pays pour vérifier ce qui se passait réellement. D'autre part, qu'il y ait de la sympathie, du goût ou non pour les réseaux sociaux, les gens devraient chercher à s'impliquer avec eux pour être informés de l'actualité, car les réseaux sociaux sont le quotidien, ce sont des moyens de communication qui permettent aux hommes politiques de s'exprimer en temps réel sur n'importe quel sujet.

Dans ce sens, il est nécessaire de connaître l'importance des publications via les réseaux sociaux et le pouvoir qu'elles peuvent avoir en devenant une tendance, parce qu'avec un seul

« like » les personnes partagent l'information sans avoir la certitude de son message, cela donnerait l'approbation même s'il n'y a pas d'affinité, cela signifie aussi que la grande partie se penche pour un candidat plutôt que pour un autre. Reprenant l'exemple précédent du *Paro Nacional en 2021*, où tout ce qui était partagé est devenu viral dans les réseaux sociaux a fait que la popularité du président baisse, selon l'enquête *Percepción País* réalisée par Guarumo et Ecoanalitica S.A au mois de Mai 2021, 58,7 % des Colombiens interrogés ont une image défavorable quant au gouvernement actuel, 28,9 % la voient comme favorable et 12,4 % ne savent quoi répondre.

En conséquence, la réponse à la dernière question de l'enquête posée dans le groupe de discussion, dans laquelle on les a interrogés sur le fait de savoir s'ils voteraient pour Iván Duque en prenant en compte uniquement la vidéo, renforce ce qui précède, 83,3 % des participants ont clairement indiqué qu'ils ne voteraient pas pour lui et seulement 16,7 % ont dit oui. Ce résultat est contradictoire avec ce qui a été dit au cours du groupe de discussion, où il y a eu une grande connexion avec la vidéo, bien que cela puisse être en raison de la situation que traversait le pays pendant les séances, où la gestion du gouvernement était insatisfaisante. En plus, ce moment peut être considéré comme le moyen d'exprimer facilement une opinion, face à une question qui incite à des susceptibilités et qui, au cours du groupe de discussion engendre des confrontations, que les participants ont décidé d'éviter en n'ayant pas d'arguments pour défendre leur position ou simplement ils l'ont fait de manière naturelle, car l'être humain préfère éviter ce type de situations.

Finalement, ce sont des moments sans rapport à la campagne électorale, donc ce type de propagande peut être utile pour les candidats à venir, de temps en temps, il y aura un homme

politique qui tirera profit de la situation qui traverse le pays pour créer une propagande qui, d'une manière ou d'une autre, résoudra ce qui afflige la société et donnera aux électeurs un minimum d'espoir qui permettra de changer leur avenir et celui de leurs proches. Cela devient un processus dialectique qui évolue et se perfectionne au fil du temps, d'autant plus que le peuple continue à se laisser entraîner par leurs émotions, comme l'exprime Bolte (2006)

« Although many of us may think of ourselves as thinking creatures that feel, biologically we are feeling creatures that think » (p.19), bien que cela semble inévitable, Il faut essayer de ne pas suivre la nature de l'être humain à cent pour cent pour obtenir des changements réels quant à qui on choisit et pourquoi.

Chapitre 5 : Conclusions

Pour terminer, le développement de cette recherche a montré l'importance de l'exercice politique et la responsabilité de la population en général, ce travail a permis de comprendre les processus électoraux et leurs moyens, comme la propagande et toute leur relation avec les médias, le développement des groupes de discussion a créé un espace de réflexion et critique face à la perception d'incertitude des jeunes concernant leurs positions et leurs décisions politiques. Un point fondamental est que l'exercice autonome de réflexion ne peut pas tomber dans la simple critique d'un système, parce que la critique ne change pas la réalité immédiate, dans cet ordre d'idées ce qu'il faut essayer de fonder, c'est une action politique qui, dans une population générale, apporte des changements réels.

Par opposition à ce qui précède, les jeunes qui ont participé au groupe de discussion mentionnent qu'avec amour et optimisme on peut construire un pays, ce qui nous laisse voir des valeurs familiales et idéalisées profondément enracinées dans la population des jeunes, parce

qu'à partir de la violence généralisée et constante dans le pays, les gens ont le sentiment qu'au retour au foyer il y a un sentiment de sécurité qui conduit les gens à se sentir en confiance et en tranquillité. Quant à l'action politique, il s'agit d'une question de goût ou de mécontentement des électeurs envers le candidat, ce qui s'éloignerait des choses émotives et s'associerait à une action esthétique rationnelle.

Cependant, la population qui était présente dans les groupes de discussion montre un tour d'horizon désespéré correspondant à la délibération politique, parce que la plupart des réponses sur la réalité politique ont été : « (...) je ne sais pas de politique », « (...) je ne suis pas intéressé par la politique », ces types de réponses ne permettent pas d'avoir un espace ouvert au débat, parce qu'il montre le manque d'intérêt généralisé dans la population, indiquant que parfois le vote est donné simplement pour un bénéfice. De même, le potentiel des réseaux sociaux n'est pas pleinement exploité, un système d'information pour cultiver des capacités critiques, dialogiques et créatives, au contraire les ressources numériques sont utilisées comme un moyen de divertissement, ce qui rend conventionnelles toutes les nouvelles concernant une réalité nationale ou mondiale avec problèmes politiques, sociaux, économiques et culturels, entre autres.

Quand les jeunes prêtent plus d'attention à l'exercice proposé dans le groupe de discussion, ils connaissent certains des outils discursifs utilisés dans la propagande, parmi les plus communs et les plus faciles à comprendre se trouvent la théorie de la couleur et la typographie, car ce sont les plus mentionnés par les participants dans les groupes de discussion. Dans les campagnes futures, il faudra prêter un peu plus d'attention au logo et au slogan, car ils jouent un rôle important dans ces théories, en cherchant à créer des souvenirs ou à être suffisamment accrocheurs pour obtenir la popularité nécessaire auprès des électeurs potentiels ;

Dans de tels cas, il est important de réfléchir et d'enquêter sur le qui est-il ? Qu'est-ce que c'est un candidat populaire, parce que la puissance de l'argent et du marketing sur les réseaux sociaux et dans le monde numérique, offre ce sujet comme n'importe quel produit, offrant ainsi la nécessité de voter pour un candidat spécifique.

Compte tenu de ce qui précède, le moyen d'y remédier est d'exercer consciemment le vote, en voyant le pour et le contre de chaque candidat et ce qu'il peut offrir au pays, il est donc nécessaire d'être plus conséquent, exiger d'être bien représentés doit être fait pendant les campagnes électorales devant une propagande et non pas quand le candidat a déjà été élu et est au pouvoir. Le développement de la politique est une question qui devrait intéresser tout le monde, d'autant plus que la propagande prend place sur les réseaux sociaux et son objectif est de devenir viral pour obtenir une plus grande portée et donc une plus grande approbation des électeurs, non seulement parce qu'ils sont présents sur les plateformes numériques, mais aussi parce que les hommes politiques peuvent les utiliser à leur avantage, en cherchant à s'immiscer dans la chronologie, dans les annonces publicitaires et même dans les vidéos de profil et donc en modifiant l'algorithme appartenant à chaque utilisateur.

Il convient d'évaluer l'importance et la pertinence des informations obtenues à partir de l'algorithme et de rechercher des sources extérieures qui sont plus en rapport avec les questions d'intérêt politique, dans ce cas, les sites web du candidat afin de prendre une position critique et réfléchie par rapport au candidat. Les jeunes étant plus immergés dans le monde numérique, on s'attendrait à ce qu'ils fassent cet exercice et qu'il en devienne une habitude permettant de forger leur exercice délibératif face à la propagande, ainsi que d'identifier et de promouvoir les valeurs démocratiques, Enfin, une porte est laissée pour de futurs exercices de recherche, à quel point est

le vote des jeunes lié dans leur interaction avec les réseaux sociaux ? À quel point est la délibération politique critique face au vote des jeunes ?

5.1 Limitations de l'étude

Au cours de la recherche, quelques limitations se sont présentées et celles-ci ont conduit à des changements dans l'étude. La première et la plus importante de toutes a été la pandémie liée au Covid 19, parce que de ce fait les groupes de discussion et l'enquête ont été faites de manière virtuelle par les protocoles de biosécurité, de ce fait, il n'y avait pas de tutorat de manière présentielle à l'université. Une autre limitation présentée était le manque de contacts des étudiants à l'université ECCI, car bien que les chercheurs aient été des étudiants de cette université, ils ne sont pas connectés avec ceux qui suivaient des cours au moment de réaliser les groupes de discussion, ce qui a ralenti la collecte des données.

5.2 Recommandation pour des travaux de recherche futurs

Sur la base de l'expérience de recherche de ce projet, il est recommandé aux futurs chercheurs de réaliser des groupes de discussion sur place, car la pression de rencontrer un groupe et de répondre aux questions, pourrait avoir un changement quant aux réponses obtenues, si ceci n'est pas possible pour de futures éventualités, il est recommandé de rendre obligatoire l'utilisation de la caméra, car le langage corporel au moment de répondre est une chose qui jouerait un rôle important quant à la cohérence de ce qu'ils disent, c'est-à-dire, leur discours devant leurs expressions corporelles. De même, Il est recommandé de demander l'aide du professeur ou du tuteur afin de trouver de participants pour les groupes de discussion, réduisant ainsi le temps de développement de la collecte des données. Comme dernière suggestion, on a

une limitation d'âge pour ce type d'études, si l'on prend en compte les diplômés, alors il faut augmenter cette fourchette à plus de 24 ans.

Références

- Acuña, O. (2015). Las elecciones presidenciales de 1970 en Colombia a través de la prensa. Un fraude nunca resuelto. *Anuario de Historia Regional y de las Fronteras*, 20(2), 217-239. Récupéré sur http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-20662015000200009&lng=en&tlng=es
- Aristote. (1959). *Éthique à Nicomaque*. (J. Tricot, Trad.) Les Échos du Maquis. Récupéré sur <https://philosophie.cegeptr.qc.ca/wp-content/documents/%C3%89thique-%C3%A0-Nicomaque.pdf>
- Bartlett, J., Smith, J., & Acton, R. (2018). *The Future of Political Campaigning*. [E-book]. Demos. Récupéré sur <https://ico.org.uk/media/2259365/the-future-of-political-campaigning.pdf>
- Bermúdez, L., Flores, Y., & Parra, A. (2019). Habilidades comunicativas de los líderes políticos del estado Zulia. *Quórum Académico*, 16(1), 134-148. Récupéré sur <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199060185008>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. [E-book](3e éd). Pearson. Récupéré sur <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bernays, E. (1928). *Propaganda*. HL. Récupéré sur https://www.voltairenet.org/IMG/pdf/Bernays_Propaganda_in_english_.pdf

- Bolte, J. (2006). *My Stroke of Insight: A Brain Scientist's Personal Journey*. Récupéré sur [https://dfrydendall.net/art_depot/comics/Jill%20Bolte%20Taylor%20-%20My%20Stroke%20of%20Insight%20\(PDF\).pdf](https://dfrydendall.net/art_depot/comics/Jill%20Bolte%20Taylor%20-%20My%20Stroke%20of%20Insight%20(PDF).pdf)
- Bravo, L., Torruco, U., Martinez, M., & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación media*, 2(7), 162-167. Récupéré sur http://riem.facmed.unam.mx/sites/all/archivos/V2Num03/09_MI_LA%20_ENTREVISTA.pdf
- Brügger, N. (2015). A brief history of Facebook as a media text: The development of an empty structure. *First Monday*, 20(5). Récupéré sur <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/5423/4466>
- Campillo, A. (2012). La propaganda electoral tradicional en la era de las nuevas tecnologías. *XI Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración (AECPA)*. Récupéré sur <https://aecpa.es/files/view/pdf/congress-papers/11-0/832/>
- Cárdenas, A. (2019). *Estrategias de comunicación y marketing para el posicionamiento de la marca de la Empresa "Proelectric"*. [Mémoire d'études, Pontificia Universidad Católica de Ecuador]. Récupéré sur <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/17445>
- Cendales, A. (2012). ¿Son los pobres las únicas víctimas con la compra de votos? Un caso de competencia política con expropiación generalizada. *Cuadernos de economía*, 31(56), 281-308. Récupéré sur <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4051381>
- Charaudeau, P. (2005). Quand l'argumentation n'est que visée persuasive : L'exemple du discours politique, dans Burger M. et Martel G. *Argumentation et communication dans*

les médias, Coll. "Langue et pratiques discursives". Récupéré sur <http://www.patrick-charaudeau.com/Quand-l-argumentation-n-est-que.html>

Cifras y Conceptos & Universidad del Rosario. (2020). *Estudio de percepción de jóvenes en Colombia* }. [data set]. Récupéré sur <https://cifrasyconceptos.com/estudio-de-percepcion-de-jovenes-en-colombia/>

Congreso de Colombia. (2011, juillet 14). Article 34 [Titre II]. Ley Estatutaria [Ley 1475].

Récupéré sur

<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley147514072011.pdf>

Congreso de Colombia. (2011, juillet 14). Article 35 [Titre III]. Ley Estatutaria [Ley 1475].

Récupéré sur

<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley147514072011.pdf>

Consejo Nacional Electoral de Colombia. (2020). *Uso de redes sociales con fines electorales sí se considera propaganda política*. Récupéré sur

<https://www.cne.gov.co/prensa/comunicados-oficiales/309-uso-de-redes-sociales-con-fines-electorales-si-se-considera-propaganda-politica>

Cotteret, J. (1973). *Gouvernants et gouvernés*. Presses universitaires de France. Récupéré sur

<http://excerpts.numilog.com/books/9782705956660.pdf>

Dávalos, A. (2012). *Cómo diseñar campañas políticas exitosas*. Ágora Democrática. Récupéré

sur <http://alacoplatam.org/wp-content/uploads/2018/02/Como-diseniar-campanias-politicas-exitosas.-Modulo-4.-Por-Alfredo-Davalos-Lopez.-.pdf>

De la Torre, G. (2003). Percepción y realidad histórica. *Historia Actual Online*, 1, 99-107.

Récupéré sur <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=876585>

- Del Rey, J. (1996). ¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política? *ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 1(1). Récupéré sur <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=825736>
- Deloitte. (2014). Los orígenes de las redes sociales y los medios de comunicación. Récupéré sur https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Gobierno-Corporativo/GC_Boletin_invierno2014_tema2.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). Censo nacional de población y vivienda. Récupéré sur <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/cnpv-2018-presentacion-3ra-entrega.pdf>
- Domenach, J. (1950). *La Propaganda política*. (H. De Lenos, Trad.) Eudeba. Récupéré sur https://www.archivochile.com/carril_c/cc2013/cc_2013_00008.pdf
- Facebook For Business. (s.d). *Información acerca de los anuncios sobre temas sociales, elecciones o política*. Consulté le juin 20, 2020, sur <https://es-la.facebook.com/business/help/167836590566506?id=288762101909005>
- Facebook. (s.d). *Home [Page Facebook]*. Consulté le Mai 27, 2020, sur <https://www.facebook.com/facebookapp>
- Feenstra, A., & Pallares, D. (2017). Debates éticos en torno al neuromarketing político: el avance tecnológico y su potencial incidencia en la formación de la opinión pública. *Veritas. Revista de Filosofía y Teología*, 36, 9-28. Récupéré sur <https://www.redalyc.org/pdf/2911/291150373001.pdf>

- García, N. (1987). *Políticas culturales en América Latina*. (2e éd). Grijalbo. Récupéré sur <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/garcia-canclini-n-bruner-j-j-y-otros-1987-politicas-culturales-en-america-latina.pdf>
- Garzón, E. (2018). *Participación política y ciudadana de jóvenes*. [E-book]. Registraduría Nacional del Estado Civil. Récupéré sur https://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/participacion_politica_y_ciudadana_de_jovenes.pdf
- González, B., Salazar, A., & Bernardo, L. (2015). *Formación inicial en lectura y escritura en la universidad: De la educación media al desempeño académico en la educación superior*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Récupéré sur <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/fce-unisalle/20170121041356/Formacionini.pdf>
- Guarumo & EcoAnalítica. (2021). *Percepción país*. [data set]. Récupéré sur https://s3.amazonaws.com/Guarumo/Percepcion_Pais_Mayo_2021.pdf
- Hamui-Sutton, A., & Varela, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Revista investigación en educación media*, 2(1), 55-60. Récupéré sur http://riem.facmed.unam.mx/sites/all/archivos/V2Num01/09_MI_HAMUI.PDF
- Husserl, E. (s.d). *Die Lebenswelt*. [E-book]. Springer. Récupéré sur <https://link.springer.com/content/pdf/bfm%3A978-1-4020-6477-7%2F1.pdf>
- Innerarity, D. (2008). La política en una sociedad postheroica. *Claves de razón práctica*, 7-13. Récupéré sur https://www.elboomeran.com/upload/ficheros/noticias/claves180_innerarity.pdf

- Liberini, F., Redoano, M., Russo, A., Cuevas, A., & Cuevas, R. (2018). Politics in the Facebook Era. Evidence from the 2016 US Presidential Elections. *University of Warwick*. Récupéré sur https://warwick.ac.uk/fac/soc/economics/research/centres/cage/manage/publications/389-2018_redoano.pdf
- López, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. [E-book]. Creative Commons . Récupéré sur https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Macho, M. (2013). Propaganda as an immanent attribute of language of political discourse. 6, 3-12. Consulté le juin 25, 2020, sur https://www.researchgate.net/publication/298290246_Propaganda_as_an_immanent_attribute_of_language_of_political_discourse
- Mair, D., Smillie, L., La Placa, G., Schwendinger, F., Raykovska, M., Pasztor, Z., & van Bavel, R. (2019). *Understanding our political nature: How to put knowledge and reason at the heart of political decision-making*. European commission. Récupéré sur https://knowledge4policy.ec.europa.eu/node/46972_es
- Mayfield, A. (2008). What is social media? [E-book]. iCrossing. Récupéré sur <https://tavaana.org/sites/default/files/what-is-social-media-uk.pdf>
- Mendieta, A., & Estrada, J. (2017). Comunicación política e informal en México: De la era televisiva al internet. *Revista de ciencias humanas y sociales*, 84, 154-190. Récupéré sur <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6402369>

- Merleau - Ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la perception*. Gallimard. Récupéré sur <http://philotextes.info/spip/IMG/pdf/merleau-ponty-phenomenologie-de-la-perception.pdf>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2018). *¿Cuáles son las redes sociales que más se usan en su región?* Récupéré sur <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/MinTIC-en-los-Medios/70369:Cuales-son-las-redes-sociales-que-mas-se-usan-en-su-region>
- Ministerio del Interior. (2017). *MinInterior y Universidad de los Andes presentan las cifras de comportamientos de los jóvenes frente a la política*. Récupéré sur <https://www.mininterior.gov.co/sala-de-prensa/noticias/mininterior-y-universidad-de-los-andes-presentan-las-cifras-de-comportamientos-de-los-jovenes-frente-la-politica>
- Noddings, N. (2013). *Caring: A Relational Approach to Ethics and Moral Education*. University of California Press. Récupéré sur <http://www.jstor.org/stable/10.1525/j.ctt7zw1nb>
- Ocampo, L., & Perlaza, M. (2015). *Análisis de las estrategias discursivas presentes en las alocuciones políticas de Luis Carlos Galán Sarmiento*. [Mémoire d'études, UTP]. Récupéré sur <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/handle/11059/5544>
- Organización Demócrata Cristiana de América. (2006). *Manual de campaña electoral: marketing y comunicación política*. Konrad Adenauer Stiftung. Récupéré sur https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=6f1576a0-d797-9d80-efb0-bed07e70bbdf&groupId=252038
- Pascual, M. (2014). El análisis del discurso y sus aportes a las lenguas extranjeras: análisis de la situación y estudio de aplicaciones. *Revista ReLingüística Aplicada*, 14. Récupéré sur [http://relinguistica.azc.uam.mx/no014/art11\(Pascual\).html](http://relinguistica.azc.uam.mx/no014/art11(Pascual).html)

- Pizarroso, A. (1999). La historia de la propaganda una aproximación metodológica. *Historia y comunicación social*, 4, 145-172. Récupéré sur <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=192300>
- Puddephatt, A. (2019). *Redes Sociales y Elecciones*. (V. De Negri, Trad.) Unesco. Récupéré sur https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370634_spa
- Putri, I., & Triyono, S. (2018). Is there A Correlation between Propaganda and Radical Action? : A Critical Discourse Analysis. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 166. Récupéré sur <https://www.atlantis-press.com/proceedings/prasasti-18/25899658>
- Red de Conocimientos Electorales. (s.d). *Campaña Electoral*. Récupéré sur <https://aceproject.org/ace-en/topics/ei/eif/eif08/default>
- Richard, E. (2008). Álvaro uribe: la comunicación por la imagen. Principios de marketing político. *Revista Opera*, 8, 73-100. Récupéré sur <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500804.pdf>
- Richard, E. (2010). Storytelling, narrativas de campaña. Campañas electorales para la presidencia en Colombia, 2010. *OPERA*, 11(11), 129-145. Récupéré sur <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/3567/3603>
- Rivera, J., & Abarca, G. (2010). La propaganda electoral en el Código Electoral. *Revista de Derecho Electoral*, 9. Récupéré sur <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3637016>

- Rodero, E. (2000). Concepto y técnicas de propaganda y su aplicación al nazismo. *Cultura y medios de comunicación : actas del III Congreso Internacional*. Récupéré sur <http://bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-propaganda-nazismo.html>
- Salazar, L., & Pabon, M. (2015). La propaganda política en las campañas electorales en Colombia. [E-book]. MOE. Récupéré sur https://moe.org.co/home/doc/moe_juridica/2015/La_propaganda_politica_en_colombia.pdf
- Screti, F. (2011). Publicidad y propaganda: terminología, ideología, ingenuidad. *Razón y Palabra*, 78. Récupéré sur <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524192047>
- Steinfath, H. (2014). Emociones, valores y moral. *Universitas Philosophica*, 31(63), 71-96. Récupéré sur <http://www.scielo.org.co/pdf/unph/v31n63/v31n63a04.pdf>
- Van Dijk, T. (1997). What is Political Discourse Analysis? *University of Amsterdam*. Récupéré sur <http://www.discourses.org/OldArticles/What%20is%20Political%20Discourse%20Analysis.pdf>
- Van Dijk, T. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 9-36. Récupéré sur http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162005000200002&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47-53. Récupéré sur <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711353004>
- Vecina, M. (2012). Percepción e impresiones. *Universidad de Alicante*. Récupéré sur https://www.researchgate.net/publication/260134056_Percepcion_e_impresiones

- Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Dans E. Verón, L. Arfuch, M. Chirico, E. De Ipola, N. Goldman, I. González, & O. Landi, *El discurso político : Lenguajes y acontecimientos* (pp. 11-26). Hachette. Récupéré sur <http://semiotica2a.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/79/2015/03/Veron-Adversativa.pdf>
- Walton, D. (1996). What is Propaganda, and What Exactly is Wrong with it? *Public Affairs Quarterly*, 11, 383-413. Récupéré sur <https://ssrn.com/abstract=2189875>
- Ward, M., Grinstein, G., & Keim, D. (2010). Chapitre 3 : Human Perception and Information Processing. Dans M. Ward, G. Grinstein, & D. Keim, *Interactive Data Visualization: Foundations, Techniques, and Applications* (pp. 73-127). Récupéré sur [Chapter3_HumanPerceptionAndInformationProcessing_73-128.pdf](http://tuwien.ac.at/Chapter3_HumanPerceptionAndInformationProcessing_73-128.pdf) (tuwien.ac.at)
- Wodak, R. (2001). The discourse - historical approach. Dans M. Meyer, & R. Wodak, *Methods of critical discourse analysis* (pp. 63-74). SAGE Publications. Récupéré sur https://www.fib.unair.ac.id/jdownloads/Materi%20Kuliah/Magister%20Kajian%20Sastra%20dan%20Budaya/Analisis%20Wacana/methods_of_critical_discourse_analysis_ruth_wodak_and_michael_meyer_sage_publications_2001.pdf
- Zayas, P. (2011). *La comunicación interpersonal*. Récupéré sur http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55772.pdf

Annexe I. Consentement éclairé

Consentimiento informado

Estudiantes: Maria Angelica Pineda Florez y Maria Alejandra Espitia Bernal; estudiantes de lenguas modernas de la Universidad ECCI; semestre VIII; email: mariaa.pinedaf@ecci.edu.co y mariaa.espitiab@ecci.edu.co. Asesora: Angélica Casallas; docente del programa lenguas modernas de la misma universidad e-mail: acasallasb@ecci.edu.co

Justificación y objetivo del estudio:

Este proyecto tiene como fin identificar la percepción de los jóvenes de 18 a 24 años de la carrera de lenguas modernas en la Universidad ECCI respecto a las herramientas discursivas presentadas por medio de la propaganda difundida a través de la red social Facebook en la campaña electoral de Iván Duque 2018. De esta manera les sirva conocer las herramientas para tener un pensamiento crítico referente a contextos en donde hay aspectos trascendentales que no son innatos y de igual forma puedan aplicarlo en una segunda lengua.

Procedimiento y descripción de la actividad

Usted como estudiante concede su participación durante las dos sesiones del grupo focal para la recolección de datos de la siguiente manera:

Responderá una serie de preguntas bajo una entrevista semiestructurada grabada en formato audiovisual relacionado con su percepción sobre las herramientas discursivas presentadas en la propaganda difundida a través de Facebook en la campaña electoral de Iván Duque 2018.

Riesgos

Este estudio no prevé ningún riesgo durante la sesión, si usted no se siente cómodo con cualquier pregunta o situación que suceda durante el tiempo de la reunión, puede libremente retirarse.

Beneficios

Este espacio busca brindar una expansión del entendimiento de los discursos, dando la posibilidad de un diálogo abierto entre los participantes, para contar con diferentes puntos de vista y enriquecer así el conocimiento de este tema, si ya se tiene con anterioridad, o aportar nuevas ideas, sino se sabia de ellas a priori.

Confidencialidad

Durante esta investigación toda la información personal otorgada por los participantes será manejada bajo absoluta reserva y por ningún motivo será compartida, de la misma manera no se revelarán sus nombres debido a que en esta investigación la característica fundamental además de pertenecer a la universidad es la edad

Participación voluntaria

Usted es libre de no aceptar y no ser participe de este estudio, cuando lo desee puede retirarse y no habrá repercusión alguna.

Si se presenta alguna duda o sugerencia durante o después del estudio, puede ponerse en contacto a través de los correos electrónicos mariaa.pinedaf@ecci.edu.co
mariaa.espitiab@ecci.edu.co

¿Acepta ser participe de este estudio? _____

¿Podemos hacer grabación en audio la sesión? _____

¿Podemos hacer grabación de video durante la sesión? _____

¿Desea mantener su cámara activa durante la sesión? _____

Firma del estudiante

Fecha

Format dirigé aux étudiants et diplômés

Annexe II

Grupo 1	
Categorías	Participante 1
Percepción ¿Con cuál de los valores del video se describe?	Para mí, sería el amor. El amor a la familia, a los amigos, a la vida; todo en general para mi es un valor que me gusta mucho y me representa también.
	Participante 2

	<p>Yo creo que Optimismo, porque el video quiere reflejar que trabajando juntos y teniendo actitud positiva podemos hacer un cambio significativo en el país y todo lo que Colombia arrastró en la historia cambie de alguna forma, entonces lo que Duque pretende es impregnar ese sentimiento de optimismo para que las personas sientan que pueden tener un cambio realmente si todos nos unimos y participamos al mismo tiempo y tenemos el mismo enfoque, entonces es como un pensamiento bastante optimista.</p>
	<p>Participante 3</p> <p>En el grupo número 3 los participantes se describen con valores como el amor hacia la familia, justicia, respeto, optimismo e igualdad. Un participante considera que la igualdad es el valor con el que más se reflexiona y se debe tener siempre, por otra parte, otra resalta que el amor, debido a que todo se hace con este valor. La escena que destacó en este grupo es donde las personas se encuentran en una construcción porque lo comparan con que todo empieza desde una base y a partir de ahí se construye una gran sociedad, por último, una de las participantes desde su experiencia se identifica con la escena de la madre despidiendo a su hijo porque allí vio reflejada a su madre.</p>
	<p>Participante 4</p> <p>El grupo 4 se describe con valores como respeto, justicia, amor, optimismo e inclusive con sueños. En cuanto al respeto, un participante aclara que es en cuanto a la comunidad lgtbi+. Un participante no da respuesta concreta a la pregunta. La escena del video con la que se sienten identificados, el grupo coincide en la escena del muchacho que abre la puerta para la chica, también es un grupo que se identifica mucho con su familia, pues se las escenas que mencionan son las de amistad, amor y ayuda a los demás.</p>
	<p>Participante 5</p> <p>Yo también me identifiqué con optimismo porque lo vi como un sinónimo de optimismo. me parece que ser optimista es como una forma de luchar por lo que queremos, se ve en el video que el enfoco cada valor a una población, el optimismo lo vi identificado en la población joven y universitaria en este caso de Colombia. yo creería que el mensaje que quiere hacer llegar el optimismo a los jóvenes, a no perder la fe, el positivismo a que podemos tener un país mejor y a tener ese valor presente junto a los otros valores como el respeto y el amor, llevarlos de la mano sin desfallecer.</p>
<p>¿Qué escena del video lo identifica a usted o a su familia como colombianos?</p>	<p>Participante 1</p> <p>En general porque el video va dirigido a todos los colombianos, tanto jóvenes como niños y adultez entonces creería que todos están presentes en el video. porque en este caso este video fue mostrado en redes sociales, entonces estaría enfocado a los jóvenes porque para el 2018 las redes sociales estaban creciendo y no todos tenían este tipo de redes.</p> <p>Participante 2</p> <p>Todas las escenas mostraban un aspecto del colombiano. Me llamó la atención la escena de una señora mayor donde hace intercambio de dinero en donde se busca exponer la integridad como la rectitud ya que es importante para el colombiano, porque para nadie es un secreto que la corrupción es un gran problema y reforzar el hecho de que la rectitud, integridad y honradez debe compensar por cada uno para que en el futuro se puedan ver los cambios en general dentro de la nación. También creo que se veía a la mayoría sonriendo menos al señor de la tienda, lo cual, para mí, la gente no esta tan contenta de ser tan integra u honrada cuando alguna cosa no lo beneficia a uno. Entender el hecho de que a pesar de que la situación no nos beneficie, hay que ser integro u honrado es un paso muy importante para ver cambios realmente dentro de la vida personal como en la sociedad.</p> <p>Participante 3</p> <p>De hecho, para mí en el video se mostraron escenas muy familiares donde la niña le ayuda al abuelito o a la mamá. Yo creo que personalmente es una de las escenas que más me</p>

	<p>representa ya que me considero que soy muy familiar y soy de las que creo que muchas veces que todo lo que hemos hablado de la justicia, el respeto, el amor, la igualdad, empiezan por la casa y la familia. Y si me lo preguntan, siento que el colombiano es una persona muy familiar que se preocupa mucho por su familia. sin embargo, siento que el video es muy bonito para la realidad de Colombia, entiendo que un video para campaña presidencial debe ser así y no puede mostrar a los niños que viven en extrema pobreza en Colombia o personas con un diario de diez mil pesos. Es bonito el video, pero no es realista como a lo que se vive aquí en Colombia, está reflejando a personas que viven bien que tienen casa, estudia, que pueden viajar o de pronto tienen un negocio propio, más no a las personas que deben buscar el arriendo o madres o padres cabezas de familia.</p>
	<p>Participante 4</p> <p>En general en todo el video, porque a lo largo del video se muestra la cordialidad, la unión, todo es bonito y alegre y así estamos pintados los colombianos como que somos alegres, super cordiales, super amables y puede reflejar una parte de lo que es un colombiano. yo me siento en lo general identificada porque en algún momento de nuestras vidas nos ayuda alguien o nosotros ayudamos a los demás, entonces me representa lo que se muestra, pero no la realidad de un colombiano porque yo lo pensaba como un extranjero ve esto y dice “wow, yo quiero ir a Colombia” eso es super chévere y llegan y la realidad es distinta. Durante muchos años sabemos que lo que los extranjeros ven muchas veces no es lo que vivimos por la parte negativa y positiva porque cuando no estamos hablando de drogas y corrupción, entonces somos el país más alegre del mundo y los más cordiales y todo super bonito y pues yo entiendo obviamente que el video tenía que mostrar eso porque no iban a mostrar el niño con hambre, la mamá con 7 hijos y sin trabajo. También en lo que vi todos se ven bien, o sea todos son estrato 4 para arriba, el carro, la casa, super bonito, super bien arregladitos. Creo que ese mensaje que está implícito en el video de que por más que se muestre unión y de que todos son iguales hay una igualdad, pero en cuanto a “somos iguales en el mismo nivel social” porque yo ahí no vi nada de alguien que sea de un barrio normal de Bogotá, no todos los colombianos tienen carro, no todos viven en tremendas casas, esas cosas no pasan, me estoy yendo por otro lado, pero me parece importante decir eso.</p>
	<p>Participante 5</p> <p>No encuentro una escena en específico, creo que lo encerró con todo. siento que fue enfocado a una parte de la población, como el niño que no se veía como niño de colegio privado sino como un niño de pueblo, en situación vulnerable y de familia humilde, como tal no me siento completamente identificada con el video, para mí no encierra la esencia de lo que sería Colombia.</p>
<p>Propaganda ¿por qué cree usted que Duque hace tanto énfasis en la construcción del país en el video?</p>	<p>Participante 1</p> <p>En este caso, por lo que él menciona también la palabra juntos y unión entonces pues ese construir es que todos los colombianos vamos a aportar para que el país sea a futuro algo mucho mejor, a mi percepción es motivante escucharlo, es interesante porque pues tú dices wow, a futuro ya habrá cambiado algo pero pues igual a la vez también es muy idealista, de perfección porque pues tú a la final sabes que no va a ser así, tú sabes que Colombia tiene un pasado que aún sigue muy presente todavía, entonces siento que esa palabra construir todavía falta y falta muchísimo por mucho por más que haya un juntos o una unión, creería que es muy linda pero aún falta.</p> <p>Participante 2</p> <p>Se necesita construir, eso es una realidad y más un país en desarrollo como Colombia, más necesita estar construyéndose porque de alguna u otra forma, digamos que la guerra, el narcotráfico, la delincuencia y todo eso hacen que su proceso de crecimiento sea más lento que otros países, por eso creo que Colombia necesita estar en constante crecimiento, sin embargo, Duque emplea esa construcción en base a valores que si está bien, no digo que este mal pero no son el todo, se necesita políticas claras que le den a las personas un referente de como ir conseguir lo que él promete que va a lograr porque a base de amor uno</p>

	<p>dice con el amor yo puedo lograr todo, pues si pero no solo sintiendo amor, necesitas actuar, que es lo que vas a hacer para obtener lo que quieres, entonces creo que el mensaje de Duque de construcción a base de valores necesita ser complementado con las actividades que él va a realizar para poder construir ese país que promete. Esa es mi opinion.</p>
	<p>Participante 3</p>
	<p>De hecho como lo dije anteriormente, esa repetición de la palabra como decía “construir igualdad”, “construir respeto” “construir amor” y la frase “cuando se construye y no se destruye, el futuro es de todos”, sentí yo que en algún momento, esta campaña como que quería decirte que este país está completamente en ruinas, destruido, o sea que mejor dicho, él iba a volver a hacer Colombia, si Colombia está mal, siempre ha tenido: corrupción, a Colombia lo han robado, los diez mil problemas que siempre tenemos: desempleo, pobreza, hambre, de todo pero así como que mostrar que Colombia es un país es un país totalmente destruido, tampoco siento que sea así, entonces igual siento que esa palabra construcción como que se le metió mucho a las personas que votaron por él y dijo no, lo que decía Dani “este sí es”, este es el que nos va a sacar de pobres a todos, este es el que nos va a poner a vivir en una casa estrato 4, estrato 3 mejor, este nos va a poner carro a todos, este les va a dar estudio a todos y dos años después seguimos punteando en la lista de los países más corruptos si no es que es el más corrupto, seguimos punteando tristemente como uno de los países con peor educación en los resultados de las universidades que hacen, tenemos un índice de desempleo enorme, ahora por esto de la pandemia, esto se salió de control y lo que dice Dani, construir país no es subirle un 2% al salario mínimo que no alcanza para nada, o sea construir país es de verdad meterle la ficha, no es preguntarle a un presidente ¿oye, que piensas de sobre tal cosa? Y diga ¿de qué me hablas? Por mantener un estatus de que, si estamos pendientes, pero silencio, ahorita hablamos de eso, de eso no se trata, siento que ese verbo de construcción es muy fuerte y se quedó en la mente de los colombianos, así que yo siento que por eso él lo uso en su video.</p>
	<p>Participante 4</p>
	<p>Creo que es algo que la sociedad colombiana ha anhelado mucho y es un cambio en todo, y claro si tú dices vamos a construir juntos un futuro mejor y todos podemos lograrlo como que uno es como este si es, este va a ser el que nos va a llevar a ese cambio y todos juntos, super chévere, obvio es muy chistoso porque es un video muy obvio en el que uno sabe que él está diciendo lo que tiene que decir y no lo que se va a hacer, obviamente él tiene que decir que es juntos, que se puede lograr, que el futuro, toda esta idea esta super chévere pero cuantos presidentes de aquí para atrás no han hecho lo mismo, vamos a cambiar, vamos a hacer esto y prometen y uno vota, ok este si es, y llegamos al mismo punto y terminamos antes mucho peor, entonces creo que es un verbo que llama mucho la atención de la gente y apela mucho a la parte emociona, claro la gente se motiva a decir ok, yo voy a votar por él porque puede hacer un cambio, la diferencia pero de ahí a que eso pase pues no, porque tal vez haya un cambio en algunas cosas para algunas personas que si los van a beneficiar pero muy seguramente esos beneficiados no van a ser los que en realidad lo van a necesitar, no van a ser los niños de los que ya hemos hablado, las comunidades, los indígenas, los trabajadores porque un incremento del 2% no les va a ayudar y reducirles 2 horas del trabajo tampoco, son cositas que uno dice ¿qué estamos construyendo?, ¿construcción de qué?, de que los que tienen más dinero se siguen haciendo más ricos y de los que tienen menos estén cada día peor, ¿esa es la construcción de ese futuro idealista que se muestra? Yo creo que es una mentira esa idea de construir juntos.</p>
	<p>Participante 5</p>
	<p>Bueno, creería que, porque precisamente ese es en el proceso en el que esta Colombia, llamémoslo mejoramiento, se supone que somos un país tercermundista, que está en vía de desarrollo, creo que a eso hace referencia. Ya que puso a los jóvenes unido con los valores, según él así es como busca construir que, con el amor, el optimismo, construir el país ideal,</p>

	<p>a seguir en ese proceso de mejoramiento, me parece que es lo que percibo del video y de la palabra.</p>
<p>¿Cómo interpreta la imagen y el hashtag elquees con los que cierra el video?</p>	<p>Participante 1</p>
	<p>El hashtag se refiere a que este va a ser el que nos va a cambiar, vende la idea de que este por fin va a llegar a hacer algún cambio en Colombia, muestra pues el video exactamente que llegará a los que tenga que llegar pero pues no creo que sea a toda la población porque generalmente, ellos hacen campañas yendo a visitar, caminan porque yo varias veces me encontré a varios cerca vendiendo esa idea de que vamos a construir juntos y en que todo va a ser bonito pero a la final es solo campaña, solo publicidad y decir las palabras que muchos quieren escuchar pero siempre va a ser lo mismo, esto ha sido de muchos en Colombia y va a seguir hasta que llegue alguien que realmente cambie y haga cumplir ese hashtag de que este si va a ser o de que nos cambiemos nosotros mismos el chip y veamos un poco más a fondo de lo se quiere lograr cambiar.</p>
	<p>Participante 2</p>
	<p>Es real que se necesita tener como una manipulación para que todas las personas crean que él es la persona indicada, la persona correcta y pues para que se den los votos. Sin embargo, le hace como una mala pasada por lo que como no es incluyente porque varias personas al ver el video dicen “yo no estoy ahí” entonces realmente creo que es como un engaño porque está la fantasía de que todos somos país, pero no todos estamos incluidos, creo que él enfocó mal el mensaje, es el presidente, pero de unos pocos.</p>
	<p>Participante 3</p>
	<p>Tú ves el video y piensas que Duque es el que nos va a poner a vivir bien, Duque es el que nos va a dar una casita, Duque es el que nos va a subir el sueldo para comprar un carro, entonces ese juego de palabras “es el que es” bien o no, crea una cosa en tu cerebro que te hace a ti votar por él, o sea, es campaña, es publicidad, me imagino que él tuvo que poner un montón de personas a averiguar, a hacer esa frase, eso no se le ocurrió a él, todo eso tiene una razón de ser, es lo que hace que las personas hayan votado por él. Tú ves el video y pones esa palabra tú dices “a no, pues en 4 años que va a durar el mandato de él, todos vamos a terminar viviendo como la gente del video, ese es el que es, el que va a poner a Colombia, mejor dicho, aquí arriba” supongo que fue por eso, pero pues después de 2 años cuando uno ve cómo van las cosas, de pronto uno se da cuenta que no, que no es.</p>
	<p>Participante 4</p>
	<p>Pues es un poco lo que decía antes, con toda esta idea que él montó, es el que es, obvio, con toda esta idea de construir juntos y que todo es bonito como en el video, pues claro como es el que es, por este es el que voy a votar, el que me va a llevar al cambio, el que va a hacer que Colombia sea un país diferente, obvio ya sabemos que no pasa pero como lo es todo el video es publicidad al fin y al cabo, no solo él sino cada presidente tiene que hacer, tiene que convencer, tienen que hacer creer que ellos son los que son y tienen que votar por él porque es el correcto y ahorita se me viene a la mente mucho que ellos le llegan a las personas que viven como en barrios muy vulnerables y si tú le vendes esta idea a una persona que vive en un barrio estrato 1 que vive del diario ;obvio, esta persona va a votar por ti! Porque tú le estas mostrando que puede llegar a ser como las personas del video y que puede tener un cambio radical si votan por él, entonces esa idea se vende, él logra su cometido y ¿qué pasa después?, ya nada que hacer, ya lo elegiste presidente, ya aguántate y vive como te toque vivir con lo que él te esté dando y ¿Cuál fue tu cambio? Ninguno, pero luego viene otro presidente que viene y te muestra esto y te dice que, si va a hacer un cambio, votas por él y se repite la historia, entonces es una idea que hay que venderle a la gente y para mí no es más allá que eso “una idea que hay que vender”, no es una realidad.</p>
	<p>Participante 5</p>
	<p>Igual que las chicas, estoy de acuerdo con ellas. Es como decirle a ese colombiano “oiga usted, el que trabaja en las obras, yo soy el que soy porque lo voy a ayudar” le vendieron la idea con unos valores que así mismo como las preguntas que ustedes nos hicieron buscaban</p>

	<p>que ese colombiano en específico se identificara, se sintiera orgulloso por ser el trabajador de la obra, por ser el niño, se me quedó muy grabado ese niño de pueblo que puede construir este país, yo siento que se les está dando la carga a esos colombianos de que si usted es así y se siente de esta manera vamos a construir país y ¿cómo? Vote por mí, entonces definitivamente es vender la idea de que esa persona que ellos tienen de estrato 4 va a ser ideal para la construcción, les hacen sentir la importancia, y mostrando ese video tan alegre y folclórico de que bonito es todo, que todos vamos a hacer eso solo con él, básicamente si no es con él no es con nadie.</p>
<p>Herramientas discursivas ¿Cree usted que la inclusión se encuentra en el video “el futuro es de todos”?</p>	<p>Participante 1</p>
	<p>En este caso de lo que hemos visto en el video y de lo que han dicho mis compañeras, las minorías no se ven reflejadas para nada en el video, el video es muy idealista, muy bonito en el aspecto pero ya como de otro nivel social pero pues no muestra al colombiano en general como son los indígenas, como esta parte cultural como son los paisas, los de la costa, la gente del campo no se ve reflejada y pues al final de todo, todos somos colombianos independientemente de donde estemos viviendo, como seamos, de lo que creamos pero a la final todos somos colombianos, entonces no se ve reflejado en este caso.</p>
	<p>Participante 2</p>
	<p>No, porque ya hemos visto que el video trata de personas que tienen acceso a oportunidades más fáciles, están los jóvenes que se ven por su ropita que tienen muy buena pinta, tienen dinero para poder ir a pagar una universidad, se ven los trabajadores que bueno, los obreros no tienen las mismas oportunidades pero digamos que no se hace mucho énfasis en ellos sino en personas que tienen un estrato económico un poco más próspero entonces no están las minorías, no están los desplazados, los indígenas, las comunidades LGBTI, si o sea no se presentan las minorías del país, estas solamente las tienen en cuenta cuando quieren hablar de folklore y de cultura, pero de resto cuando se habla construir país no aparecen, entonces no es inclusivo y es contradictorio.</p>
	<p>Participante 3</p>
<p>No, sinceramente no, de hecho algo que me quedo un poco fue que él hablaba mucho o decía mucho la palabra “construir”, “construir”, “construir” pero construir país también es tener en cuenta el niño que vive en Necoclí, que tiene que ir en lancha, en burro, en caballo o como sea a la escuelita o aunque sea a un lugar en donde haya electricidad para poder hacer sus tareas en un cuadernito cualquiera, siento yo que tal vez me hubiese sentido más orgullosa y hubiese sentido que el video representa más lo que es Colombia si hubiese salido la historia de esa mamá que tiene tres niños, que es soltera, que vive en Ciudad Bolívar, que tiene que levantarse a las 3:00 o 4:00 am a salir a trabajar para ver cómo puede sacar adelante a sus niños, si me hubiese gustado ver las víctimas del conflicto armado hablando de manera sincera en ese video, eso para mí significaría inclusión. Me hubiese encantado ver una mamá trans, alguien de esta comunidad siendo familia, siendo respetado, eso para mí hubiese sido inclusión, entiendo obviamente que es muy difícil hacer un video con todas las minorías que tiene este país pero este país siempre se ha enfocado en los colombianos que viven bien, que tienen acceso al estudio, a un carro, que era muy fácil que así tu mamá y papá trabajen todo el día igual van a poder darte estudio y vas a tener una oportunidad pero que hay de estas personas que nacen y desde muy chiquitos saben que no tienen esa oportunidad, que no saben qué va a ser de su vida cuando sean grandes porque toda su vida vivieron en esas partes olvidadas del país, entonces para mí eso sería muchísimo más incluyente que haber mostrado familias y personas completamente felices. Haber mostrado la realidad por país, eso significaría más para mí construir país.</p>	
<p>Participante 4</p>	
<p>No, yo estoy de acuerdo con lo que han dicho todas, creo que también que en el video se muestra mucho la palabra juntos, pero como lo había mencionado anteriormente, juntos siempre y cuando estemos en el mismo nivel social porque ahí todos estamos bien. No se muestra de verdad la realidad de los niños que muchas veces pasan por condiciones que son</p>	

	<p>deplorables para poder ir a estudiar porque no se muestra esa realidad de las mamás cabeza de familia, no se muestra la realidad de los vendedores ambulantes que muchas veces dependen de esas ventas para vivir y que encuentran solamente el rechazo de muchas personas, entonces el video es muy bonito y todo pero como ya lo hemos dicho no muestra esa realidad colombiana, las comunidades indígenas y todo de verdad son una parte tan importante del país y que no se muestre creo que también es una ofensa a los colombianos que de verdad solo se muestre al que vive bien, entonces ahí de que le abrió la puerta para subirse al carro, ya eso está bien, entonces como fue a llevarle flores pero ok, miren la casa de la señora y la señora toda perfecta y digna, así no se ve el adulto mayor en Colombia, muchas veces está solo en un hogar de paso o solo en su casa porque sus hijos lo abandonaron, eso no es la realidad del adulto mayor ni tampoco la del joven que tiene que pagar ICETEX y endeudarse para poder estudiar, como que muestran algo muy bonito pero no es la realidad y no hay inclusión, inclusión no es poner una persona adulta en un video, inclusión es meter a la comunidad LGBTI, meter a las comunidades indígenas, a las personas con discapacidad que no tienen recursos porque es muy fácil mostrar que la gente ayuda a una persona ciega pero cuando en la vida diaria hemos visto que de verdad la gente ayuda a la gente ciega en la calle: nunca, muchas veces ahí parados en el semáforo y nadie les ayuda porque piensan que los van a robar o que van a hacerles algo y toda esa plata de las teletones de mil cosas, o sea son muchos temas que tienen un trasfondo que no tiene nada que ver con lo que se muestra en el video.</p>
	<p>Participante 5</p> <p>No, en realidad tengo una opinión muy aparte, no la encuentro porque digamos que en los términos en los que todos conocemos la inclusión, o sea el trato de hacerlo presente en la comunidad afro, en la persona con discapacidad visual, sin embargo, eso no es suficiente, yo no le veo la inclusión aunque tenga esas minorías, aunque no creo que sea correcto decirle minorías, de pronto si habláramos de inclusión, habría estado también la comunidad LGBTI, yo creo que no lo encontramos solamente en la persona que necesita ayuda para cruzar la calle porque su discapacidad visual en el video se le impide, sin embargo, hay personas que desconocemos y de pronto habría sido genial ver algo así, ver personas muy verracas, que tienen discapacidad visual y otras discapacidades y no necesitan siempre de ayuda para hacer sus cosas del día a día para ir a trabajar y demás, sin embargo también tenemos deportistas con alguna discapacidad y eso hace parte de la inclusión, hay muchos emprendedores que han incluido dentro de sus empresas personas con alguna discapacidad y no se muestran. Hay otras formas de decir que un video si es incluyente y pues no lo veo</p>
Grupo 2	
<p>Categorías</p> <p>Percepción ¿Con cuál de los valores del video se describe?</p>	<p>Participante 6</p> <p>yo creería que el respeto, pues emm considero que es algo muy importante, que, pues de hecho si uno lo va construyendo a medida que pasa el tiempo, emm aprender como a respetar las cosas y los gustos de la gente, más que todo en la universidad que todos tienen, ehh un pensar muy diferente, entonces creo que me representaría con ese.</p> <p>Participante 7</p> <p>ehh yo creo que uno de los valores que podría representar tanto a mi familia como a mí, sería la honestidad, creo que es un factor importante, tanto como, o sea por el hecho de, de expresar como nuestras ideas, pero al mismo tiempo siendo honestos y que la demás gente pueda como, ehh o sea como tener en cuenta como lo que pensamos, pero sin, sin ver involucrados como su propio pensamiento como cambiándolo, creo que es realmente importante.</p> <p>Participante 8</p> <p>bueno, yo considero que la unión, la unión y el compromiso como de, como de conformar también una sociedad unida, como a la, a un objetivo una meta pues que beneficien a todos, entonces yo diría que la unión.</p>

	<p>Participante 9</p> <p>mmm hay una parte en la que él dice que el respeto, entonces yo creo que, con ese, con ese valor, con el respeto, el poder respetar como las opiniones de los demás y pues no intentando cambiarlas, creo que eso puede ser.</p> <p>Participante 10</p> <p>pues él habla digamos sobre la amistad, y no sé y pues ahí se muestra un muchacho ayudándole a la muchacha a tocar la guitarra, siento que con ese yo como que me definiría describiría, no sé, pues, yo ayudo a las personas que puedo ayudar y que se dejan ayudar entonces siento que ese es como un valor fuerte.</p>
¿Qué escena del video lo identifica a usted o a su familia como colombianos?	<p>Participante 6</p> <p>estoy recordando, ehh ayy Dios no me acuerdo, ehh no recuerdo las escenas bien, recuerdo como cositas muy pequeñas.</p> <p>Participante 7</p> <p>bueno, me pasa lo mismo que Kimberly, la verdad es que no me acuerdo mucho, fueron tres veces que pusieron el video, pero, no, la verdad es que no me acuerdo mucho, pero yo creo, que en sí, como valores que me representen a mí o a mi familia podrían ser, como la dedicación, a pesar de todo, pues a pesar de las circunstancias y posibles adversidades que represente la vida pues, uno como que, o bueno yo y mi familia podemos como seguir a pesar de cada adversidad y hacer lo mejor que nosotras podemos a pesar de todo, ehh no sé, creo que sí, sería eso.</p> <p>Participante 8</p> <p>emm bueno pues yo creo que la construcción, como en familia, como pues que todo tiene como un proceso, y que, bueno por ejemplo digamos la confianza, digamos ehh todo eso que uno tiene entre familia, que es como pues el amor, se construye y se fortalece es con el tiempo, podría decir que eso, y cuál es la otra pregunta?</p> <p>Participante 9</p> <p>pues, pues yo creería que la escena, la escena que dijo Tania anteriormente, a mi familia, más que todo, como que siempre tratan de colaborar a las demás personas y eso, eso me parece la escena que describiría como a mi familia, la persona que estaba ayudando al señor, creo que sí, ¿no? al señor que era mayor</p> <p>Participante 10</p> <p>mm con la honestidad, cuando, la señora está en la tienda, y da como dinero de más pues al dueño de la tienda, al tendero, y pues este le dice como no mira, esto te sobra, y esto es tuyo y pues no me voy a quedar como con esa parte, o sea no te voy a robar la plata si te la doy, con eso sería.</p>
	<p>Participante 6</p> <p>pues yo creo que es por, como por darle una esperanza a la gente, ósea ehh, la esperanza en cuanto a los miles de valores que menciono ahí, ehh de decir, ehh construir respeto, construir amor, construir, o sea todo eso es como darle esperanzas al pueblo Colombiano para que, para que como que si confié en él, y diga no este hombre va a cambiar todo porque está diciendo en ese video que construyamos todos juntos una mano de valores que no hay, jajaja, o sea antes de yo creo que construir, es más como, como incluirlos porque es que, o sea, hay muchos valores que la gente no tiene, que él dice construyamos, pero construyamos que si no hay entonces pues básicamente es eso.</p> <p>Participante 7</p> <p>Pues la verdad es que yo creo que es porque no tuvo otra idea, no como que, la verdad es que sí, como todas las palabras que siempre han usado en esto de candidaturas y todo esto, es como que ya están muy trilladas, o sea, no, no la verdad es que no porque esa palabra de construir de, de no sé, de construir como que la verdad no se ha visto reflejada en los hechos que, que en la actualidad no se ha visto reflejada en las actividades que ellos han hecho, o</p>

	<p>nada, solo se han concentrado como en no sé, en desmentir a estudiantes, o quitarle importancia a hechos importantes como, valga la redundancia, como a no sé, agricultores o yo que sé a grupos indígenas, amm a las cabezas de las comunidades como la importancia de la vida de ellos, como podemos ver Colombia es uno de los países en los que siempre, en los que han matado a más de los líderes sociales en toda Latinoamérica, porque bueno, eso fue algo que vi, pero entonces sí, es eso.</p> <p>Participante 8</p> <p>pues es que construir puede ser también como un sinónimo de cambio, ¿no? o sea construir, pues cada promesa de cada nuevo presidente es eso ¿no? ehh un cambio y construir algo nuevo a partir de, de algo, pues no sé qué le vería a eso porque jaja porque en realidad pues construir, pues, no se construyó nada, pues al final de su, de toda la campaña y pues por lo que se ha visto aquí en su, ehh pues a lo largo de estos años de , de ejercer ese puesto pues hemos visto como en realidad no, o sea eso pues puede ser como algo de marketing, o porque la palabra no sé, les cuadra muy bien, pero pues construir no sé a qué haría énfasis el, no sé, es que, pues es muy contradictorio ¿no? si uno ve como su bagaje político sería muy contradictorio que él diga cómo construir, pero pues sí, no sé, eso.</p> <p>Participante 9</p> <p>pues, más que todo como, pues yo lo tomaría, no sé, no sé mucho de psicología, ni de publicidad, pero más o menos lo que entiendo sería como poder transmitir, como que él quiere hacer eso, o bueno creería, porque pues realmente no lo ha hecho, ehh, como construir una sociedad, como construir, si, una nueva sociedad, eso es lo que trata de decir, porque pues eso que uno ve en el video, pues no existe lo quiere construir, eso es lo que da a entender, y si, siento que es eso, ¿no? Pues cosa que igual no ha hecho, pero, sí.</p> <p>Participante 10</p> <p>no sé, yo creo que utilizo el verbo que no era, de pronto sí, era como, reestructurar, o reforzar, y mejorar también, podría funcionar, pero ese verbo no sé, siento que sería otro mejor.</p>
<p>¿Cómo interpreta la imagen y el hashtag elquees con los que cierra el video?</p>	<p>Participante 6</p> <p>mm pues yo creo que siempre, o sea, estas imágenes uno y está acostumbrado a ver un, como un fondo así, como, como duque presidente, ya no más, digamos que el hashtag tal vez lo ponen para hacerlo entre comillas incluso a los jóvenes, porque no creo que personas de 45 para arriba utilicen hashtag ehh no, ¿sí? es el que es considero que también lo hacen un poco digamos incluso a la jerga colombiana, ¿sí? como, porque o sino diría otra cosa, como hashtag Duque y ya o algo así, entonces sí, pues básicamente creo eso.</p> <p>Participante 7</p> <p>vale, pues la imagen ehh sería no sé, como pues el símbolo para que todos sepamos en general, ehh el logo del presidente duque, por su presidencia o bueno, yo que sé, y en cuanto al hashtag, si como dijo mi compañera pues quieren hacer, así como una inclusión a los jóvenes, generalizando que podríamos usar eso, que podríamos creer que el sería tal vez no sea el mejor presidente o yo que sé, pero bueno, no lo es, entonces si sería como eso.</p> <p>Participante 8</p> <p>bueno pues, yo creo que ahí, pues, la verdad es como un final bastante como prepotente y como narcisista a la vez, porque además de estar perpetuando también una, pues una política ya bastante como echada, pues como antigua no, de seguir también el ideal político de un presidente que ya sabemos muy bien cuál es, o sea Uribe, entonces, pues es el que es, pues no, no me deja entrever pues, él cree que es la única solución y el cambio, y pues no, en realidad no, pues lo único que me da a ver, es que no, que pues sí, que su mensaje es como bastante cerrado, y pues eso, y ya.</p> <p>Participante 9</p> <p>pues siéndote completamente honesta, y bueno pues, tal vez me equivoque, es el que es me suena a es el que es elegido por Uribe, literal eso me suena es el que es, porque el man salió</p>

	<p>de la nada, si listo, hizo libros, y creo que estaba en el congreso o el senado, no estoy segura, pero pues nadie lo conocía, es el que es el elegido por Uribe y ya. Eso es el hashtag.</p> <p>Participante 10</p> <p>"Pues es el que es no, es el que es ¿qué? ¿Qué va a hacer? Que, o sea, siento como si estuviera como, obligando, lite, no sé, como obligando a que si no votan por él pues no se va a construir nada, no va a pasar nada, pero sí, es como, como mandatorio, y no. ¿Mi opinión con ese hashtag es el que es? No pues lo que ya dije, que es como mandatorio, es el que es y punto. Como soy o no es nadie. Que él ya se había autoproclamado presidente, ¿no? ósea nada, vacío también igual qué dijo Sofía.</p>	
<p>Herramientas discursivas</p> <p>¿Cree usted que la inclusión se encuentra en el video “el futuro es de todos”?</p>	<p>Participante 6</p> <p>no, porque, o sea, o sea, lo que recuerdo, ehh se da algo como muy superficial, trabajadores, abuelos, ¿sí? pero y entonces donde quedan digamos personas afrocolombianas, las personas indígenas, o sea eso, yo no recuerdo haberlo visto en el video sinceramente, ehh si es un video, ósea para, digamos, eh de alguna u otra forma hacer la inclusión de las personas pues pienso que debieron cómo unir esas cosas, ósea porque eso hace parte de Colombia.</p>	
	<p>Participante 7</p> <p>bueno, de lo que me acuerdo pues considero que en el video se trató como de poner como diferentes tipos de personas, ehh ya sea como jóvenes, no sé, madres cabezas de familia, no sé, estudiantes, pero creo que le faltó un poco más, ósea no sé, tal vez como, ehh uno de los, uno de los eventos que siempre categoriza acá a Bogotá, Colombia, es como, las, ese, esa pelea por el estudiante de hoy en día por sus derechos al estudio, o no sé, como, también la realidad que representa seguir a este partido que es, eh muchas injusticias como podría ser el hecho del salario mínimo, el hecho de que no se ayude así, como, a los agricultores, eh de que no se les da como el reconocimiento que tienen, y eso, creería yo.</p>	
	<p>Participante 8</p> <p>bueno yo pienso que, pues es que, bueno si puede mostrar parte de digamos lo que puede decirse como inclusión, pero, pero no, pero al final el mensaje es bastante pues, pues como mediocre porque, porque aquí no estamos incluyendo por ejemplo una inclusión, más allá, de la inclusión social, también debería haber una inclusión en la que, eh pues se luchara porque pues eh todos tuviéramos los mismo derechos en por ejemplo, una igualdad económica, ósea él está diciendo como que sí, luchemos como por los más, pues por la población, pues es lo mínimo que se debería hacer no? pues ósea es para lo que están los presidentes y las personas que tienen ese poder político, entonces, inclusión, pues no sé, en cierta medida sí, pero pues no responde realmente a la necesidad que urge acá en el país, que es, una igualdad por ejemplo, entonces sí, pero si es eso.</p>	
	<p>Participante 9</p> <p>no, ese video, solamente muestra lo que quiere mostrar, definitivamente no es para nada inclusivo, simplemente es como si viéramos un mundo mágico, no, no es inclusivo también, también hay que mostrar las cosas digamos, bueno listo es una campaña, obviamente publicidad, siempre va a mostrar las cosas buenas ¿no? Pero no, no es inclusivo honestamente, y como dice Tania pues, también hay que mostrar las cosas buenas y malas, de esa forma se es inclusivo, las personas no somos solamente, no tenemos una sola cara.</p>	
	<p>Participante 10</p> <p>no, concuerdo con lo que dice Sofía no están mostrando como todas las partes, o todas las caras que tienen todas las personas del país, ahí solo muestran lo que quieren mostrar, y si parece como un mundo de maravilla, so yo vi ese video y dije como ‘‘ojala todo fuera así’’ todo fuera así de bonito, no sé, como todos amigos con todos, pero no, siempre no falta la persona que está buscando para hacerle el mal a los demás, y no, no está la inclusividad en ese video para mí.</p>	
	Grupo 3	
	Categorías	Participante 11

<p>Percepción ¿Con cuál de los valores del video se describe?</p>	<p>¿Con cuál de los valores del video me describo? emm, considero yo, pues el que más ahí, con el que más uno reflexiona siempre es con el valor de la igualdad, siempre es como que todos somos iguales, es un valor, que es super importante para todos, y aparte de eso, con justicia, justicia también creo que es el otro como uno de los mayores valores que se representan, y que pues considero yo que todos deberíamos tener siempre.</p> <p>Participante 12</p> <p>Yo creería que amor se construye, amistad se construye, un trabajo se construye en eso si me parece porque son cosas que tienes que hacer y aportar para contribuir que ese sentimiento sea verdadero, crezca lo que es el amor, la amistad porque pues si se hace lo contrario pues no va a haber amor ni amistad y el trabajo no va a llegar por obra y gracia del espíritu santo entonces uno que ya se preparó, que ya es egresado uno va y busca la oportunidad de trabajo y no simplemente como que se queda esperando que llegue sino es como ir a buscar cosas, entonces con esos tres valores bien.</p> <p>Participante 13</p> <p>ehh justicia, porque ha sido algo inculcado desde el inicio ¿no? siento que es una de las maneras que se debe actuar para tener criterio en lo que se hace, en lo que se recibe y pues en todo tipo de ámbito, en el trabajo en el estudio, en las amistades, etc, entonces yo creería que más que en la familia sería en cualquier ámbito, el tema de la justicia.</p> <p>Participante 14</p> <p>respeto, pues a mi familia porque siempre, siempre el respeto ha sido un valor que nos han inculcado de pequeños, siento que, de cierto modo he tratado de conllevar eso, o de llevar eso de transmitir eso tanto en mi parte personal como laboral como en todos los aspectos de mi vida siempre trato de respetar a las personas, a las que lo merezcan, entonces, diría que el respeto.</p> <p>Participante 15</p> <p>uyyy no esperaba ese tipo de preguntas, me van a hacer llorar acá, no mentiras. Yo creo que me identifico más a mí que a mi familia sabes, es algo muy subjetivo ves, porque para mí el amor es muy diferente demostrarlo a como lo hacen mis papás, yo puedo pensar que ellos me aman pero es porque ellos lo demuestran a su manera pero en mi caso lo que a mi más me identifica es el amor porque intento a hacer todas mis actividades, todo lo que voy a planear, a proponerme siempre con amor, es que todo viene incluido porque también está el optimismo, no se hay muchos valores, ¿ solo se puede escoger uno ? mentiras, dejemos el amor porque yo pienso que todo lo que se hace con amor, todo es posible sabes y te sale muy bien, entonces creería que es esa.</p>
<p>¿Qué escena del video lo identifica a usted o a su familia como colombianos?</p>	<p>Participante 11</p> <p>a mi familia como colombiana, en la parte en la que muestran a las personas de construcción, esa escena exactamente, me identifico mucho con mi familia, considero que, todo, o sea siempre que, tienes una familia, todo empieza desde una buena base, y a partir de eso construimos una gran sociedad.</p> <p>Participante 12</p> <p>Del video, la primera escena en donde la señora está despidiendo al niño, lo veo mucho por la parte de mi familia pues en mi caso, mi mamá es madre soltera, mis tías también, entonces es tener que irse y dejar el niño, supongo yo que es para llevarlo al colegio o lo va a dejar en una casa en donde lo van a cuidar, pero esa situación de las madres cabeza de hogar. Ahora por lo que vi nunca el video fue grabado en el sector sur, es la ciudad y pues hay que mostrar la realidad, no fantasear tanto.</p> <p>Participante 13</p> <p>¿es necesario identificarse con una? porque si ninguna me representa ehh creería que esa sería mi respuesta, sin embargo, ehh de las escenas, ehh ni siquiera una escena, la parte en la que se dice, que unidos se puede, cierto, por parte de la unión, que no es convincente del video, es una cosa, pero sin embargo la frase en que a través de la unión se puede construir, en eso sí estoy de acuerdo.</p>

	<p>Participante 14</p>
	<p>ahh uff, pues me inclinaría por la, por la del respeto, que en el video mencionan el respeto, que sí, que si tenemos respeto pues podemos construir algo, pero no es que me sienta 100% identificado. Yo creo que el respeto va más allá de lo que se muestra en el video.</p>
	<p>Participante 15</p>
	<p>De pronto, en el valor del optimismo porque a pesar de que no hay muchas oportunidades para todos, siempre estoy pensando en que tengo que buscar algo, tengo que encontrar algo, tengo que tener un trabajo para sobrevivir</p>
<p>Propaganda ¿por qué cree usted que Duque hace tanto énfasis en la construcción del país en el video?</p>	<p>Participante 11</p>
	<p>porque quiere decir que somos una sociedad, que pues hasta ahora, según lo que, pues él nos indica en el video, no hay, no hay nada, y él quiere como empezar de nuevo con bases nuevas, quiere darnos nuevas cosas, considero yo que es así, quiere mostrar como a Colombia desde otro punto de vista, y comenzar a construir desde cero.</p>
	<p>Participante 12</p>
	<p>De hecho, si me lo estaba preguntando, yo decía como este verbo no se ve bien acá porque la palabra construir viene del hacer, de poner nuestro granito de arena, creería que eso es lo que quiere dar a entender y pues si yo construyo algo al final voy a tener un resultado, de pronto es poner todos para construir un mejor país.</p>
	<p>Participante 13</p>
	<p>tal vez porque los anteriores gobiernos lo destruyeron todo, y ahora quiere volver a construirlo gracias a lo que ellos han hecho, no mentira, probablemente porque, quiere enviar un mensaje a la sociedad de que hace falta por construir cosas, lo cual también es hipócrita, porque gobiernos anteriores, a los que él está siguiendo a los que, los protagonizan son los responsables de la destrucción que ha sucedido durante la última década, e incluso más, ¿no? entonces si dice construir, pues a construir algo que ellos mismos han destruido, y es hipócrita, creo yo ¿no? digo, pero si, a construir a construir, cosas, que intenta mostrar en el video.</p>
	<p>Participante 14</p>
	<p>creo que ahí me tengo que remontar a lo que les dije ahorita de cuando me preguntaron tres palabras con la que definiría a un colombiano, que yo dije ignorante, siento que va por ese lado ¿sabes? siento que el hecho de que el utilice el verbo construir de cierto modo nos está incitando que nunca hemos construido un país, y si es verdad que hace gobiernos anteriores el país viene en una decadencia muy densa, pero también a sí mismo pues el país se ha logrado construir como una sociedad, entonces siento que lo utiliza más como para que todo el mundo llegue a pensar cómo, agh con este personaje si vamos a construir el país, si vamos a tener lo que tanto tiempo hemos pensado, y en cierto modo es una manera de manipular masas.</p>
	<p>Participante 15</p>
	<p>Ahí nos estaría incluyendo porque sería construir es de todos, en esa parte él no solo toma la responsabilidad y dice que construir es de todos, cada uno ponga su granito de arena para que todos construyamos eso que él puso en el video: una igualdad. Yo creo que también es un proceso porque él sabe que no se construye un país de la noche a la mañana y no es que él ya llegó a la presidencia y ya está todo construido, eso va de poquito en poquito y pues obviamente él lo veía de esa forma, que al principio podía haber problemas y poco a poco, al pasar los años iba a haber esa construcción, pero fue algo super complejo, muy complejo de tratar.</p>
<p>¿Cómo interpreta la imagen y el hashtag elquees con los que cierra el video?</p>	<p>Participante 11</p>
	<p>Bueno la verdad, bueno, ósea, la parte fácil pues de uno pensarlo está llegando a jóvenes, pero es el que es, pues, bastante absurdo, pero pues, siento que en realidad no está reflejando nada, siendo sincera no está reflejando nada, y pues su discurso no hace referencia a lo que en realidad quiere mostrar en el video, siento yo, siento que si uno quiere ser presidente, en este momento si uno quiere ser presidente, pues tú dices, o invitas a que los colombianos se</p>

	<p>sientan orgullosos de ti, no como, oye hay que elegirlo porque ya, es el que es, no, siento que no, y es como que no diera más opciones, es lo más básico, siento yo.</p>
	<p>Participante 12</p> <p>Para alguien que ha visto temas de publicidad, hace mucho énfasis en la vocal “e”, si te das cuentas la mayoría está en mayúscula, solo una está en minúscula, encerrar el nombre hace que mi mente lo limite que ese es y por eso el eslogan es ese. Ahora, devolviéndonos a las “e” presidente tiene 3 “e” y el hashtag y el nombre tienen “e”. Yo creería que este tipo de personas tiene acceso a la parte de publicidad para llamar la atención de las personas o metérseles en la cabeza sin que ellos se den cuenta, es una buena publicidad.</p>
	<p>Participante 13</p> <p>emm pues, no sé, yo siento que, obviamente debe haber algo detrás de la imagen, y el tema del color azul, y la vaina de que no sea rojo sino naranja, el tema de que lo encierre, ¿cierto? el hecho de que lo encierre lo asociaría de pronto, de pronto pues al momento de que una marca un tarjetón, pues los tarjetones tiene una forma rectangular o cuadrada, pues ya está ahí, como haciendo indicaciones de que por favor marquen ahí, el hecho de que no diga para, o el futuro presidente, sino solamente diga la palabra presidente, diría que es algo que lo asocie directamente a que es un hecho ¿no? y el hashtag, pues es un dicho colombiano que se usa bastante, ehh no creo que un millennial ¿no? lo use muchísimo sino que creería que va más para personas que ya, un poco, que de antes del 95 ¿cierto? que se utilizaba bastante la frase mucho ese es el que es, y toda la vaina como para hacer referencia a una persona, entonces, si, es eso, pues yo no veo más que alguna jugada de mercadeo estratégica que no conozco, pero que evidentemente debe estar explícita, o implícita para los que lo conocen.</p>
	<p>Participante 14</p> <p>pues es que me esta, o sea la imagen me está dando, amm un poquito de lo que les dije ahorita, el man está utilizando mucho esta campaña para decir como él es el que el país necesita, él es el salvador, no se es como, la palabra y no me voy a meter en temas de religión, pero es como un mesías pues, entonces hay muchas cosas que yo podría decir de la imagen, primero el hashtag que utilizan es el que es, es una forma de incitar a la sociedad a pensar de que si esa persona es la indicada, y lo otro, el hecho de subrayar su apellido, me parece también juega mucho con el tema, de transmitir mensajes visuales, entonces de cierto modo pues el man está utilizando su imagen, o utilizar su imagen pues para posicionarse donde esta, a través de la ignorancia.</p>
	<p>Participante 15</p> <p>Me quiero enfocar en el color azul, el color azul desde la psicología es muy llamativo, demuestra responsabilidad, demuestra liderazgo, entonces pienso que pudo ser una buena estrategia y en cuanto al hashtag que te digo, pienso que no sé, digamos si fuera presidente, uno conoce sus habilidades y también a su oponente, es como si él fuera el único que pudiera hacerlo, elevando su egocentrismo. Pienso que si hubiese puesto de otra forma como “elige el mejor” o vainas así, no solo se está enfocando en él sino también en general, yo siento que esa campaña es de él y pues siento que tiene un nivel de egocentrismo muy alto pues ahí lo reflejó.</p>
<p>Herramientas discursivas ¿Cree usted que la inclusión se encuentra en el video “el futuro es de todos”?</p>	<p>Participante 11</p> <p>la inclusión? mmm no, la inclusión no se encuentra en el video, a pesar de que nombran a los valores de igualdad y esto como el más grande por decirlo así, no, no se ve en el video, la verdad.</p> <p>Participante 12</p> <p>Pues sale una persona que es ciega que le ayudan a cruzar la calle, pero eso más que inclusión es colaboración, deber del ciudadano en ayudarle. Inclusión sería que el señor pase solo y que suene el pito del semáforo. No veo ya que venimos de un proceso de paz la</p>

	<p>gente que por obligación le tocó ir a la guerra y necesita ese trabajo, no veo la gente del campo.</p> <p>Participante 13</p> <p>es un poco complicado, pues para mí, o desde mi perspectiva responder, pues porque a qué tipo de inclusión nos estamos refiriendo, como a la inclusión de meter gente en un video para rellenar, o a la inclusión social, ehh basada en, de nuevo lo que había dicho antes de la situación del país, ehh si lo que Jonny dijo también, pues hay maneras de incluir a la sociedad, no, como ayy mostramos imágenes de, del perrito y la familia y el viejito y alguien ayudando al otro, sino en todos, todos los aspectos posibles, entonces, si quieren montar un vídeo fancy y meter, la distinta diversidad de personas pues que podemos encontrar en Colombia, ehh si esta, está lleno de gente, pero inclusión social, no la veo.</p> <p>Participante 14</p> <p>no para nada.</p> <p>Participante 15</p> <p>Si lo trae pero le falta, el presidente la supo hacer y puso de todo, puso a la madre cabeza de familia que lleva a su hijo al colegio, puso la persona que necesita pasar la calle y es invidente, puso la persona obrera construyendo algo, puso diferentes contextos, si está la inclusión ahí pero pues obviamente le falta mucho, no quiero tocar lo que está pasando ahora pero pues no incluye a las personas de bajos recursos, en el video no lo mostró, trató de mostrar como algo muy neutro, como una clase social media, pero pues el país se divide en varias clases sociales tristemente y pues no mostró nada de eso, me refiero a la clase baja, a culturas indígenas, los dejo como si no existieran y si existen, son nuestros orígenes</p>
Grupo 4	
Categorías	Participante 16
Percepción ¿Con cuál de los valores del video se describe?	<p>Como colombiano con el respeto. No sé, o sea con todo lo relacionado a lo que viene siendo con los grupos LGBTI y todo esto soy una persona de mente muy abierta en este sentido, soy muy respetuoso con esta gente en ese sentido, y pues no se pienso que conforme va pasando el tiempo van a ir apareciendo cosas nuevas y de igual manera al ser tan mente abierta soy muy respetuoso con ellos, si me entiendes, no discrimino, no hago comentarios homófobos o cosas así respecto a este grupo, entonces creo que lo vería por este lado.</p> <p>Participante 17</p> <p>es tratar de siempre crear una buena relación con las personas, es algo muy interesante ver cómo se puede crear una interacción con otra persona a tal punto de poder ayudar a esa persona pues en las cosas que se necesiten y ya.</p> <p>Participante 18</p> <p>ehh, de mi parte con la justicia, pienso que para mí todo tiene que ser muy justo, independientemente es como que me dicen a mí, ejemplo la típica frase te pueden fallar, pero pues no necesariamente significa que tu tengas que fallar porque no es lo justo, o sea no son los tratos que deban ser, no es justo cuando pasa algo malo y tú no hagas nada, así es como pues la capacidad de intervenir cuando sabes que las cosas se deben hacer o cuando no se deben hacer en un aspecto.</p> <p>Participante 19</p> <p>Yo lo haría con el amor, el amor es una palabra muy grande y así mismo se encuentra en muchísimas cosas, yo pienso que, desde el amor, como que se desarrolla todo lo demás. Desde el amor puedes construir todas las relaciones con los demás, el respeto. A veces se ve el amor como demasiado cursi pero realmente si diría que si es con el amor.</p> <p>Participante 20</p> <p>bueno yo siento que hay dos que me llamaron la atención, ¿se pueden decir dos? El primero que menciona de los sueños pues me parece bastante curioso en este país, digamos por el contexto, me gustaría creer que si me describo con ese pero en el contexto en el que estamos</p>

	<p>muchas veces hablar de sueños es hablar de cosas imposibles y la otra con la que también me describiría más bien, siento yo que al nivel del colombiano me gustaría mencionar el optimismo porque siento que personalmente el optimismo si se construye, si se puede tener en cuenta como ese cierto empuje, esa cierta razón de levantarnos todas las mañanas que tenemos los colombianos y todos sabemos lo que es levantarnos, esforzarnos, cumplir ciertos deberes, intentar llevar todo bien buscando nuestro bienestar, entonces siento que pueden ir de la mano, ya tocaría entrar en muchos detalles ya que ni siquiera va en el video cuando funciona uno y cuando funciona el otro pero si, esos dos son los que más me impactan.</p>
<p>¿Qué escena del video lo identifica a usted o a su familia como colombianos?</p>	<p>Participante 16 Me identifico con dos, la primera sería la del muchacho en el carro con la chica, es la de los valores, pienso que es muy importante por la llegada de nuevas tecnologías y de las nuevas generaciones han venido perdiendo todos estos valores, ser amable con la misma sociedad, ser atento y pienso que es importante recuperar eso y la otra es igualdad por la razón que les explicaba ahorita, por la gente LGBTI o todo esto, pienso que el país debe ser en este sentido un poco más abierto a nuevas cosas, a nuevas corrientes, pienso que es importante construir una igualdad, no solamente en ese sentido, estratos sociales y todo eso es bastante importante, entonces pienso que esas dos escenas.</p> <p>Participante 17 Bueno pues, diría que por parte del amor y la amistad porque el hecho de poderse encontrarse con alguien, llegar a darle un detalle a alguien, más que todo llegarle a dar un abrazo, esa sensación de querer ver a esa persona, entonces es como muy chévere, no tiene que ser una pareja, inclusive amigos y todo eso, entonces por ese lado sería yo y por parte de mi familia diría que el trabajo porque acá siempre desde que tengo razón todo el mundo trabajaba y siempre como que buscaba la manera de salir adelante por medio de cualquier tipo de trabajo, entonces es como algo muy de perrenque, de salir adelante.</p> <p>Participante 18 La de la solidaridad creo, cuando el chico le abre la puerta del carro a la chica, no tanto por ese aspecto sino por la amabilidad ¿no? O sea, el cómo esas pequeñas acciones que demuestran que puedes estar en cualquier estado, pero demuestra que debes ser fiel a tus principios y a ti mismo. Es una cuestión de respeto, esta empatía hacia a los demás y tratar de hacer un ambiente más agradable. Pienso que en mi familia cada uno se identificaría con casos diferentes, pienso que mi mamá podría ser el mismo, mi papá tomaría por la parte de las personas que trabajan, mis hermanas se irían por el lado de la justicia, pero pienso que podría diferir en ciertos aspectos, cada uno tiene una postura muy diferente pero casi todos apuntarían a lo mismo en lo de ser amable con los demás.</p> <p>Participante 19 Me identifique con 2, una es cuando se le está ayudando a una persona ciega y la otra es como cuando dice que las amistades se construyen. Con la primera porque yo soy de ayudar también a las personas, independientemente de que tengan una restricción de movilidad, que sean ciegas o demás, además de eso personas que ven que necesitan ayuda, siempre me gusta ayudarles, si puedo hacer algo, lo hago. La segunda porque yo soy alguien muy sociable y me gusta mucho construir las amistades que hago porque para mí es cierto que se construyen y necesita tiempo y para eso como que ambas partes tienen que dar de su parte. Con mi familia, yo diría que también la parte de ayuda, creo que es algo que hacemos las tres, nos gusta mucho ayudar, entonces yo diría como que compartimos esa afinidad.</p> <p>Participante 20 Bueno, yo personalmente pienso que podría identificarme con varias escenas porque en el video se muestra como mucha unión, creo que esa es la palabra que más podría destacar lo que trata de mostrar el video, claramente se trata de un video que fue para una campaña electoral hace tiempo, lo que intenta hacernos demostrar es que juntos como país tenemos más oportunidades, como que podemos hacer más cosas estando juntos, entonces hay varias</p>

	<p>partes del video en las que se intenta mostrar todo este tipo de amabilidad, de ayuda, de compañía. Mi familia diría que, por el trabajo, siempre mi familia ha estado muy atenta a toda la parte laboral, siempre han estado trabajando muy duro precisamente en todas las condiciones que a lo mejor no muestra porque mis padres son de campo y en el video no se ve ese trasfondo y se ven otros contextos, le falta mostrar otra parte sobre que es Colombia, no solo las fortalezas sino también los inconvenientes que trae para ser así y para solucionarlos.</p>
<p>Propaganda ¿por qué cree usted que Duque hace tanto énfasis en la construcción del país en el video?</p>	<p>Participante 16</p> <p>La verdad yo lo tomaría desde el lado de criticando el mandato anterior no se, de pronto haciendo critica a que dejaron el país destruido, entonces por eso él trata y repite mucho en su discurso durante todo el video la palabra construcción, que hay que construir y que no hay que destruir, puede ser una palabra muy optimista para alguien que lo vea y decir que el hombre quiere hacer crecer al país.</p>
	<p>Participante 17</p> <p>Desde mi punto creo que estaba planteando que el país está en una situación de desigualdad y que ni siquiera ha logrado avanzar, estaba buscando motivar al pueblo para que entre todos cambiemos ese tipo de estereotipo que se le tiene al mundo de que es un país que no ha salido adelante, que es pobre por esa cuestión de falta de oportunidades, por el conflicto armado y demás, con eso lo que busca el video busca que entre todos logremos cambiar ese tipo de cosas, ese tipo de mentalidad que tenemos para poder salir adelante y construir un mejor lugar para estar y tratar de dar una mejor impresión a los demás.</p>
	<p>Participante 18</p> <p>Tal como decía Sergio, es una crítica al gobierno Santos porque nos dimos cuenta que hubo una división fuerte en todo este tema del proceso de paz y los acuerdos que se dieron, hubo una separación en el país grande entre víctimas y victimarios, entre quienes estaban de acuerdo y quienes no, hubo como esta brecha muy grande independientemente de que la gente diga que si o que no existió. El punto es que la propuesta de Duque era al decir que se construye un nuevo futuro, es lo mismo como si hubiese sido un retroceso, porque le dio paso a estos grupos armados que sean parte del gobierno, de todo este aspecto democrático entonces toca reconstruirlo por eso habla de los valores estados fuertes de cualquier lugar, pero al mismo tiempo esos valores nos dicen que vamos a crecer, a construir un futuro nuevo, no puedo deshacer lo que este man, lo que el gobierno anterior hizo.</p>
	<p>Participante 19</p> <p>Como el lado de desarrollo, de evolución, de crecer, de desarrollar el país, de mejorar su situación. Construir es algo que implica tiempo entonces pues se ha hecho de a poco, lo veo cómo voy a contribuir a ese crecimiento, a ese desarrollo en las diferentes áreas, si conmigo vamos a construir y a contribuir con el desarrollo del país.</p>
	<p>Participante 20</p> <p>Pues yo pienso que es una palabra que involucra nuevos inicios, o sea como empezar de cero, él en el momento de tal vez haber empezado su campaña lo que quería era demostrar que, si poníamos ladrillo a ladrillo podríamos construir una buena sociedad, creo que ese sería el enfoque. Creo que como decía mi compañero Andrés, si se ha venido construyendo a lo largo del tiempo, pero pues él quería decir que faltan cositas y ahora si vamos a empezar a aportar.</p>
<p>¿Cómo interpreta la imagen y el hashtag elquees con los que cierra el video?</p>	<p>Participante 16</p> <p>El hashtag eselquees es algo que se usa de los 30 para arriba, es para gente mayor, algo muy coloquial de los colombianos y digamos que es muy importante porque en ese ámbito se dirigió a una población mayor pero algo que le da algo nuevo es el hashtag porque es del vocabulario de nosotros y aquí tiene un contexto muy interesante es que este hombre se dirige a ambas partes tanto a la sociedad adulta como a la sociedad joven y este hashtag es bastante interesante porque 2018 fue un año un año donde la generación de los 2000 ya cumpliera su mayoría de edad entonces se estaba dirigiendo hacia ellos, él era un candidato</p>

	<p>que siempre manejaba mucho de las redes, entonces era algo que llamaba mucho a los jóvenes, entonces pienso que por ese lado el hashtag hacía alusión a los jóvenes y la frase hacía alusión a la gente, entonces unía, tanto a la gente ya mayor como los jóvenes, entonces es una estrategia muy importante en la campaña de Duque.</p>
	<p>Participante 17</p>
	<p>De pronto alguien que está seguro de lo que quiere hacer, de sus ideales, con el hashtag pretende dar a conocer que sus proyectos son los más viables para construir lo que él ha estado mencionando durante todo el video, o sea si votan por él y él llega a ser el presidente todo ese tipo de valores que incluyó son lo que se van a estar viendo durante su mandato.</p>
	<p>Participante 18</p>
	<p>La imagen nos demuestra su perspectiva, si tomamos los colores como el blanco que nos representa esta esperanza, paz y pues luego nos da estos toques de azul que son como esperanzadores podríamos decir que es la idea que nos quiere meter, como el futuro es de paz. Después con el hashtag, digamos que todo el mundo está en la incertidumbre, decimos bueno, pero quien es, quien es esa persona que va a hacer tal cambio y cuál es la mejor opción, entonces él pone eso porque dice que es la persona que tiene todos estos valores que nombró en el video.</p>
	<p>Participante 19</p>
	<p>Pues es muy cierto que los colores e incluso la letra que maneja quiere ya de entrada transmitimos algo, como de que yo soy en el que deben confiar, que todo en calma y que todo bien. En el hashtag si es una frase que se ha escuchado o se escucha en muchos colombianos, siento que independientemente de su edad si hay gente que la usa mucho, entonces diría que va dirigido al todo el público colombiano y a parte que le agrega que es un hashtag entonces le agrega toda la parte tecnológica, entonces para Facebook, Twitter, todas las redes sociales, sabe que los que usan las redes sociales se usa desde adolescentes hasta gente mayor, pienso que está dirigido a todos. La puso al final porque es el clímax de la publicidad, ahí dice yo soy el que va a construir.</p>
	<p>Participante 20</p>
	<p>Personalmente creo que el hashtag está hecho para tema de discusión, si por ejemplo hay muchos debates que se hacen en Twitter y yo creo que esto hace que de un espacio para que todos participen, un método para que todos tengan una voz, sería como el uso. La frase como tal pues claro presidente es solo uno y pues estaría adecuado, es un mensaje coloquial, algo que ya habíamos escuchado antes, pero creo que el gobierno no solo el presidente al momento de tomar una decisión tiene que depender de muchas personas, hace juego de su elección laboral pero no hace contexto con lo cual era de unión, pero al final el líder tengo que ser yo. Intenta ponerse arriba de que nos va a ayudar, pero pues necesita más gente para tener voz y voto en las decisiones que tome. Se hace más que nada por el tema de redes sociales, que la gente pueda participar en todo este contexto para la votación.</p>
<p>Herramientas discursivas ¿Cree usted que la inclusión se encuentra en el video “el futuro es de todos”?</p>	<p>Participante 16</p>
	<p>No, lo que todos han dicho, el video es muy superficial y piensan que hay inclusividad con mostrar la escena de la persona ciega, es la única parte. Le falta mucho los grupos indígenas, el Choco, San Andrés y tal vez es una cosa del marketing, de mostrar empatía con el público y no generar tristeza y en ese punto diría que ese video es muy burbuja, muestra todo acá en la ciudad, no muestra campo y es algo muy importante. Colombia no es simplemente Bogotá, sino es todo y es muy importante eso para que haya inclusión. Además, es muy importante el campesino porque ellos son los que mueven la economía del país y no se les da la suficiente importancia relacionado con el país.</p>
	<p>Participante 17</p>
	<p>Al igual que mis compañeros diría que no porque pues ya para añadir más a lo que dicen, no se muestra todos los tipos de culturas o grupos que conforman este país, como las comunidades indígenas, el territorio como tal, un grupo de niños, tampoco en cuanto al sector laboral los grupos armados, los soldados y toda esta cuestión. Le faltó tener en cuenta</p>

	<p>todo ese tipo de cosas para poder hablar de la inclusión hacia todos los grupos que conforman el pueblo.</p>
	<p>Participante 18</p> <p>Pues en un aspecto de inclusión no, porque es un tema muy complicado porque hay diferentes tipos de inclusión, ya sea por ideales, pensamientos, razas, creencias etc. Lo que nos muestra el video es una serie de valores a nivel general y nos está mostrando una vida de ciudad promedio, entonces, aquellos que se sienten identificados pueden ser esa gente que trabaja en una constructora y los que aparecen en el video, si quisiera mostrar inclusión tendría que incluir otras personas como del campo, las zonas vulnerables, todo lo demás porque igual todo eso es lo que hacer parte del país porque a la final si quiere dar solidaridad, justicia y estos valores tiene que darse a todos.</p>
	<p>Participante 19</p> <p>Creo que se intentó, pero se hizo de una manera muy superficial, digamos en la parte que decía la igualdad se construye y el optimismo creo aparecen dos personas afrodescendientes, entonces muchas veces se limita mucho, como ya aparecen personas afrodescendientes digamos que ya, wow, que inclusivos somos, entonces pues realmente le faltaron muchísimas más cosas como tener en cuenta lo de las comodidades, los espacios en donde se ven las personas se ven bien. se ve muy bonito, pero no todos los colombianos viven bajo esas situaciones y no muestra la realidad, igual si se va a ser presidente la idea es esa es cómo vas a ayudar a las personas que no tienen esas oportunidades. No se puede limitar a meter mujeres y afrodescendientes.</p>
	<p>Participante 20</p> <p>Siento que tal vez no mucho, el contexto real es muy distinto, hay personas con situaciones de dificultad económica, seguridad, en esta ciudad es lo que más se ve, le falta poner tantas realidades, como video si está muy lindo y está muy optimista pero le falta esa inclusión de lo que cual es el estado del país para decir que si solo incluye, no solo las comunidades afectadas sino todo lo que pueda hacer, me parece que muestra a las familias colombianas siendo como si nosotros fuéramos el foco para que esto si funcione. Le hace falta mucho contexto a ese video para poder decir que está bien estructurado y que esta la realidad de todos que son bastantes diferentes.</p>

Grupo 5	
Categorías	Participante 21
Percepción ¿Con cuál de los valores del video se describe?	<p>pues digamos que con el respeto y el optimismo porque, si, yo tiendo a ser muy respetuosa en muchísimas cosas la verdad, y en el optimismo, siempre intento como ser positiva en la mayoría de cosas que hago, como no verle el lado negativo, sino intentar buscar como las soluciones que si se ven mejor para digamos, un problema, o un, no necesariamente un problema, sino una situación.</p>
	<p>Participante 22</p> <p>pues es que o sea, siento que, en general los valores que menciona son como un poquito como, son como clave, como que claramente el hecho de mencionarlos mueve, y ósea conmueve, mejor dicho, entonces diría que, ósea como valores en sí, siento que, el amor, emmm las amistades, es que siento que sí, las amistades en cuanto a un círculo social, como a decir que obviamente uno puede progresar como dependiendo de su círculo social y eso es muy importante, entonces diría que sí, como la amistad, y ya, pues si en general, en cuanto a valores, valores literal, valores, pues sólo esos dos.</p>
	<p>Participante 23</p>

	<p>ahh yo creo que más con el trabajo, porque siento que para lograr las cosas pues hay que trabajarlas, como que las cosas igual no llegan porque si, o porque uno las desea y ya, sino uno tiene que construir como un camino hasta llegar a ellas, y eso es, es trabajar las cosas.</p>
	<p>Participante 24</p>
	<p>No sé, es complicado. Más que todo que todo al comienzo cuando decía que los sueños se construyen, tal vez yo siento que me puedo identificar en cierta forma con eso que menciona al principio porque me parece que se adecua a mi vida un poco, si en mi mente tengo que debo ir construyendo las cosas, empezando de a poco para llegar a cumplirlos, por ese lado puedo identificarme con lo mencionado en el video.</p>
	<p>Participante 25</p>
	<p>O sea, escucho muy entrecortado, pero me gustó mucho la parte en la que él mencionó la igualdad, creo que pues hablando Colombia, la igualdad no es que sea muy visible en este país, pero pues él mencionaba que juntos podemos construir esa igualdad entre todos, creo que fue la parte que más me quedo del video y de los valores que él mencionó.</p>
<p>¿Qué escena del video lo identifica a usted o a su familia como colombianos?</p>	<p>Participante 21</p>
	<p>yo creería que la de amistad, pues porque digamos como que esa también es como una de las bases para mí, fundamentales en las relaciones sociales, entonces pues si uno tiene como la suficiente confianza en otra persona como que si se puede dar una buena relación, entonces yo creo que digamos como que esa escena del video en la que están con las guitarras, que muestra como que no sé, confianza y apoyo mutuo ya que entre ambos están aprendiendo algo, o así.</p>
	<p>Participante 22</p>
	<p>emm yo creo que en este parte si más con la del trabajo, el trabajo se construye, porque siento que si, al final no somos, pues no soy de una familia rica, entonces todos tenemos que trabajar por nuestras cosas, todos tenemos que esforzarnos por nuestras cosas aunque vivimos muy bien, de verdad, ha sido, ósea no voy a decir gracias a Dios, porque realmente ha sido gracias al esfuerzo y al trabajo de mi mamá, bueno de mis papás, entonces sí, siento que me identifico mucho con eso, emm de pronto, no si, pues me gustaría que fuera un poquito más equitativo, pero, pero si realmente pues con la del trabajo más que todo porque siento que es, es una necesidad básica, ósea no se puede vivir de ilusiones, sino que nos toca, o nos toca, es el más importante creo del video.</p>
	<p>Participante 23</p>
	<p>creo que concuerdo con Juliana, en el trabajo también, pues porque yo he visto como mi familia trabaja todos los días como por sacar en general a toda la familia adelante incluyéndome yo ahorita también estoy empezando a trabajar y es lo mismo como para salir adelante, entonces siento que esa es, esa es como la escena con la que más me identifico, y en la otra pregunta yo siento que somos como, fiesteros, como optimistas y luchadores, y bueno, en cuanto a esas repuestas, siento digamos por la parte de fiesteros no es del todo muy positivo, pues porque acá se celebra fiesta por todo, y en realidad es más por el hecho de cómo ‘‘ay hoy hay fiesta entonces no hay que trabajar’’ entonces eso también no es positivo en esa parte, ehh también destaco lo luchadores porque si he visto mucha gente que puede estar ahí en el hueco y aun así sigue luchando como por salir de ahí porque a veces, acá en Colombia no hay muchas oportunidades que digamos entonces pues siempre es como un poquito difícil como salir adelante pero si hay gente que lo hace, que lucha, que trata que busca la manera, entonces pues es eso, y optimistas, porque pues a pesar de todo yo siempre he visto que nosotros mantenemos, siempre tratamos de buscar cómo, como la opción buena, la parte buena de la situación por muy muy mala que sea entonces es como ‘‘ayy no estoy en hueco, pero veo allá como una pequeña escalera que está dañada pero la puedo arreglar’’ ¿sí? Tipo así.</p>
	<p>Participante 24</p>

	<p>Pues yo diría más que todo en especial identificaría a mi familia con la parte de los trabajadores que está casi al comienzo, pues de hecho eso en sí representa a las familias colombianas, no simplemente la mía.</p> <p>Participante 25</p> <p>Vale, el video, en total las imágenes no las alcance a ver del todo bien, pero pues en realidad en todas vi algo bueno. La primera creo que era una mujer abrazando a su hijo y la otra eran unas personas de mayor edad, otros unos trabajadores si no estoy mal, no podría escoger una, la verdad expresa o van anclado a lo que lleva el mensaje, me gustan todas.</p>
<p>Propaganda ¿por qué cree usted que Duque hace tanto énfasis en la construcción del país en el video?</p>	<p>Participante 21</p> <p>yo creo que es porque emmm quiere demostrar que digamos como que en un futuro si se puede llegar a tal cosa, pero que tiene que hacerse desde las bases, entonces, digamos como la palabra construir es literalmente irla haciendo, poco a poco, y pues por eso necesita digamos como que el apoyo de todos, entonces ahí está haciendo como énfasis en que si nos unimos todos podemos llegar hasta una meta en concreta, haciéndolo de pasito a pasito pero al final si lográndolo.</p>
	<p>Participante 22</p> <p>yo creo que como te decía al inicio, usa palabras como que conmuevan, como ahí si tan hermoso, tan lindo, entonces sí me parece que bueno construir, bien o mal no está incorrecto, pues porque sí, pues todas las cosas que él menciona son de construir, pero, pero no lo usa, no creo que lo use con intención, de sí, de lo que significa el verbo, sino lo usa más como beneficio de conmoover, pues porque es al final lo que buscan los políticos, ¿no? entonces diría que sí, que lo usa para eso.</p>
	<p>Participante 23</p> <p>Ah, pues principalmente creo que de pronto él lo que intenta es, tratar de que la gente piense que él quiere hacer todo de primerazo, o sea no de primerazo tipo a lo que salga, sino como ser el primero, el que intente hacer como una mejora significativa en el país, pero sin que la gente se dé cuenta que el en realidad si está tomando como cosas del pasado, pues para seguir mejorando, pues porque igual las cosas no han venido bien desde hace muchísimo tiempo, entonces siento que lo que él quiere, es que se mejore eso de una vez, y que sea en la primera persona que haya hecho un cambio y que la gente recuerde eso, como la primera vez que alguien de verdad intento hacer un cambio significativo mas no como una de las otras más personas que intenta tomar los problemas del pasado, mejorarlos, y pues que en realidad no hace nada, sino más del tipo como, que bueno si no hace nada, que la gente diga como bueno él lo intento, y que quede como esa marca de, de una parte positiva de lo que él quiere hacer.</p>
	<p>Participante 24</p> <p>Bueno creo que cuando hace tanta alusión a la palabra construir, básicamente lo hace porque cuando él habla de la construcción es como un proceso, creo que lo que quiere enfatizar que todo, tanto el respeto como la igualdad, en fin, todo lo que menciona se construye y es un proceso largo que por lo tanto no se debe destruir.</p>
	<p>Participante 25</p> <p>Yo creo que construir implica de muchas personas, yo lo veo en un contexto cuando estamos construyendo un edificio, necesita muchas personas, obviamente alguien está a cargo y los demás ponen su granito de arena, todos ponen esa parte que hace que esa edificación este completa, como queremos, entonces creo que él pone esa palabra construir porque quiere hacer una inclusión o incluir el pueblo, creo que ese sería mi punto de vista.</p>
	<p>Participante 21</p> <p>yo creo que ese hashtag se utilizó para como demostrar que el si es el que quiere cambiar el país, entonces, ehh después de todo el video al poner esa última imagen, decirle a la gente que sí, que si puede votar por él, que si puede confiar en él, porque él es el que puede cambiar Colombia.</p>
	<p>Participante 22</p>

	<p>yo creo que es una frase demasiado imponente, como que es el que es, y ya, entonces como que hace eso, como si verse demasiado imponente, sabes? ehh no te da opción de bueno, miren, piensen, sino es el que es, punto. entonces siento que es demasiado imponente. ¿A quién va dirigido? bueno, no pienso que a todo el mundo, porque claramente pues una persona mayor no va a usar hashtag, ni entenderá que es un hashtag, digo que es más para la sociedad más joven, las personas que pues si se la pasan como en redes sociales, y saben cuál es el fin de usar un hashtag, pues porque de otra manera, solo hubiera puesto la frase y no más, pero pues la puso en hashtag, entonces siento que eso hace que específicamente se dirija a las personas jóvenes porque son la mayoría, mm y ya, cuál fue la otra pregunta, que me producía?</p>
	<p>Participante 23</p> <p>Bueno, con el hashtag, creo que si va dirigido a las personas jóvenes, aun mas que todo, para las personas que están en redes sociales, porque igual las personas jóvenes, no significa que todas estén en las redes sociales, sino y pues en la imagen de es el que es, pues creo que la pusieron ahí, para enfatizar que él es el único que está como tratando de tratar, valga la redundancia, las muchas problemáticas que hay aquí en Colombia, y que él es como el único que puede solucionarlas, que puede generar, como, como un cambio drástico, que marque. En cuanto a la imagen, digamos el duque que está encerrado, pues siento que es para que la gente sepa de quién es la propuesta, quien la propone, y pues obviamente para votar en el cartón, y pues en cuanto a que me produce, pues en general, eso me produce aburrimiento, porque es como muy, o sea siento que va en general, como toda la imagen va dirigida a todo el mundo, pero seccionada, digamos como el hashtag a las personas jóvenes, el resto de la imagen va hacia el resto de la población, pues porque no es muy colorido, no es como que alumbre, que llame mucho la atención, entonces va como para las personas viejitas, que van como en esos tonos, en esos tonos grises, oscuros, como que para un fácil entendimiento hacia ellos, de quien produce eso.</p>
	<p>Participante 24</p> <p>Yo siento que la imagen en lo que comunica básicamente seguridad, como comunicarle a la gente que “soy la persona correcta para dirigir el país” y pues ya a partir de eso las personas lo hagan a su consideración.</p>
	<p>Participante 25</p> <p>Esa frase a mí me transmite seguridad, este es el que es, el que vamos a depositar toda nuestra confianza, con este echamos para adelante.</p>
<p>Herramientas discursivas ¿Cree usted que la inclusión se encuentra en el video “el futuro es de todos”?</p>	<p>Participante 21</p> <p>yo creería que sí, pues porque habla más que todo de los valores que podrían irse construyendo digamos viendo hacia el futuro, entonces sí, como que se integra más que todo, o sea digo, no más que todo sino se integra literalmente a todo el colombiano, que esté en el país, y yo supongo que también a los que visiten el país, se mantiene ahí digamos como esas bases, esos valores como que siempre tienen que estar presentes, entonces sí, para mí, si maneja también en este caso la inclusión.</p>
	<p>Participante 22</p> <p>mmm creo que no, creo que muestra como estereotipos, pero no tiene inclusión, porque no, ósea si muestran digamos en lo básico una persona de color, ¿ok? pero la inclusión sería mostrar más la realidad ¿no? Mostrar más como no sé, una persona pobre porque en ningún momento se vio, ehh mostrar digamos si vamos a inclusión en cuanto a sociedad, una persona, ehh no sé, gay, un trans, algo así que se viera como, porque si el futuro es de todos, bueno ellos hacen parte también del futuro de nuestra sociedad, ehh si, pues eso es de detalles, pero pues se vio muy como el estereotipo de modelos perfectos.</p>
	<p>Participante 23</p> <p>no, por lo mismo que dijo Juliana en realidad, o sea cada que muestran algo, o sea, de la escena, muestran como la mejor parte, digamos en el trabajador, muestran que si, están construyendo, están trabajando, pero, digamos que siento que mostraron la parte linda,</p>

	<p>digamos los obreros que yo he visto no andan tan limpios, el lugar no es como tan lindo, sino es más, o sea se ve más como, feo, digamos en la parte de amor, muestran entonces el muchacho que le abre la puerta al carro a la muchacha, cuando mucho, o sea más del 50% acá de las personas no tiene carro para ir a recoger a su novia, entonces, si siento que muestran como la parte más linda, si como los modelos ahí tipo, ay ustedes pueden llegar a esto pero en realidad no, no pasa, porque no están mostrando el cambio, sino muestran ya se podría decir como que el resultado final, que pues tampoco es el resultado final.</p> <p>Participante 24</p> <p>Pues consideraría que sí, me parece que vi gente de todas las razas, no era como se ve en otros lados, que solo es la gente blanca o de otro color, no se me pareció algo muy positivo. Pues obviamente la cosa es que no hay voz de las personas, solo se escucha la voz de Ivan Duque, pero lo que alcance ver al video, en las imágenes se mostraba la gente no solo de ciudad sino toda la cultura colombiana</p> <p>Participante 25</p> <p>Creo que en primera instancia Colombia es un lugar que tiene mucha variedad, muchas clases de personas. Hay muchas partes que en realidad ni siquiera nosotros como colombianos conocemos y creo que ese tiempo del video se quedaría muy corto para expresar lo que hay en Colombia</p>
Grupo 6	
Categorías	Participante 26
Percepción ¿Con cuál de los valores del video se describe?	<p>Me describo con el valor con el respeto porque me considero que soy una persona con mente abierta, pero sigo mucho el lema que dice “te conoces más de acuerdo a lo que juzgas” y se sabe que tan cerrado uno esta.</p> <p>Participante 27</p> <p>Yo me identifico con el valor del respeto, trato de regirme a través de este valor ya que independientemente de que estrato seamos, todos somos iguales, siento que todos debemos regirnos por este valor para no entrar en disputas cualquier índole, económicas, políticas no sé, que todo sea a raíz del respeto.</p> <p>Participante 28</p> <p>Yo estaba entre dos que son la justicia y el optimismo, pero me describo como una persona más optimista no al nivel de Jorge Luque Linares, en donde todo es positivo, maravilloso, una nube de rosas, pero si con mucho optimismo a pesar de las cosas que pasen uno sigue en la lucha diaria, en el ir en el día día por seguir adelante, así me describo como persona.</p> <p>Participante 29</p> <p>amor, porque me identifico con amor? lo que es mi vida personal digamos que me caracterizo por ser una persona así, o sea como muy entregada muy amorosa, con respecto a su familia, sus amigos, las personas que lo rodean y que me rodean y que realmente juegan un papel muy importante para mí, entonces digamos que siempre, mi familia, en mi entorno social me conocen por ser así, una persona como, muy amorosa, cariñosa, muy cariñosa y, y es por eso.</p> <p>Participante 30</p> <p>El amor, mm porque pues partiendo del amor, o sea el amor es el que hace que de pronto uno todas las cosas las quiera hacer bien, o sea es como el valor principal en el que ya le mete uno el sentimiento, y quiere uno que todas, digamos todas esas propuestas se hubieran llevado a una realidad, se necesita, amar, querer a las personas tener sentimientos puros para que eso se logre, que es lo que no pasa.</p>
¿Qué escena del video lo identifica a usted o a su familia como colombianos?	<p>Participante 26</p> <p>Yo me identifico con la escena que aparece la chica al lado de un señor con un bastón porque yo soy una persona muy colaboradora y si veo que estoy en mis condiciones para ayudar a alguien lo hago sin pensarlo, simplemente lo hago.</p> <p>Participante 27</p>

	<p>Una escena que yo siento que nos representa, es en la cual está aprendiendo a tocar la guitarra. Cada uno ha tenido sus experiencias, un estilo de vida diferente y partiendo de las experiencias las personas pueden aprender de esto, un tipo de prueba y error, tratando de que se viva una situación similar pues no volver a pasar por eso. Siento que somos muy colaborativos y también así mismo compartimos nuestras experiencias tratando de que los demás lo lleven de una buena manera.</p>
	<p>Participante 28</p>
	<p>Yo me identifico con la escena donde están los albañiles porque es la única relación que encuentro con lo que muestra y con lo que dice 16 veces que es la palabra construcción, somos una sociedad que está en construcción, llevamos solo 200 años de historia, a veces quisiéramos ser como Europa pero llevamos solo 200 años y me representa porque parte de mi familia son de bajos recursos, venimos del campo y eso me representa mucho porque es mi herencia, mis padres, mis ancestros en palabras indígenas, es eso vienen de abajo, del campo y han estado construyendo y también representa país.</p>
	<p>Participante 29</p>
	<p>bueno, hay una escena que me llamó la atención, y es la de, el trabajo, el trabajo se construye, esa fue la escena que más me llamó la atención ¿por qué? porque, bueno sí, ahí en la escena, se dice que el trabajo se debe construir, pero actualmente pienso que no es así de sencillo, que realmente es una parte difícil de nuestro país, y yo creo que eso se ve reflejado en la tasa de desempleo tan alta que tenemos en Colombia, entonces es una escena que realmente yo digo como ushhh o sea, cuanto quisiera realmente que, que así como se ve de bonito en la campaña y así como se ve de bonito en el video que me acabas de enseñar, así mismo se viviera, ósea en la actualidad y que fuese real ¿si me entiendes? o sea que así como se ve de lindo en el video, así se viviera, ahorita, en este momento, pero si tú ves ahorita lo que se ve, o sea no se ve ninguna construcción de trabajo, se ve simplemente es, cantidad de personas desempleadas, cantidad de personas buscando una oportunidad, emm, no se da la oportunidad sino tienes experiencia, y si no tienes experiencia, pues, o sea, como vas a hacer tu para adquirir experiencia sino te dan la oportunidad de trabajar ¿verdad? entonces digamos que esa fue la escena como que más como me impactó realmente, fue como, o sea como que, me dejo pensando y a la vez me puso como un poquito triste porque realmente la verdad de nuestro país es otra.</p>
	<p>Participante 30</p>
	<p>mire que hay varias, digamos como la primera en donde sale como la familia, en donde está reflejado lo del beso de la señora en el momento de, de lo que me enfoco en el amor, está ahí como nuestros abuelos, nuestras generaciones e que pues ellos son los que obviamente nos dan, nos inculcan pues toda la parte de política y organizacional, viene como de parte de nuestros abuelos, entonces me gusto como esa escena, o me quedo, ahí si me tocaría como volver a ver el video a ver si de pronto quiero otra escena.</p>
<p>Propaganda ¿por qué cree usted que Duque hace tanto énfasis en la construcción del país en el video?</p>	<p>Participante 26</p>
	<p>Porque en si el objetivo es llegar a la gente, es darle como esa imagen de confianza, como decirles que conmigo van a lograr, vamos a evolucionar como país y van a lograr cosas, pero a través de mí, lo que él propone es la construcción.</p>
	<p>Participante 27</p>
	<p>Bueno, yo diría que fue la base de su campaña, implementar durante su mandato que se iba a construir como una base para el futuro de Colombia partiendo desde su mandato, teniendo una base, no solo para esta generación sino para las generaciones que vienen y que de cierta forma están empezando a darse a conocer, creería que es más como de cierta manera partiendo de vamos a construir pero que él debe tomar el mando haciendo énfasis en la palabra construir.</p>
	<p>Participante 28</p>
	<p>Porque es una repetidora de la repetidora para persuadir a los votantes, si tú te das de cuenta, todos los políticos la utilizan, todos se basan en el cambio o en la construcción no en el</p>

	<p>sentido literal sino en la construcción de todo como sociedad y todo eso se basa en el sinónimo de mejorar y cada partido, cada candidato viene con su nube de inspirar cambio para convencer al pueblo.</p> <p>Participante 29</p> <p>mmm, bueno es difícil realmente llegar a pensar llegar a imaginar realmente cuál fue su motivo para llegar a hacerlo, pienso yo, que, emmm simplemente es como una forma de, captar la atención, así lo veo yo, desde mi punto de vista personal, así lo veo yo, o sea usa la palabra construir como vea, dense cuenta que yo voy a construir esto, voy a hacer esto esto y esto, ya simplemente es como una manera más de llamar la atención para las demás personas con respecto a su carrera política o su campaña política, así lo veo yo.</p> <p>Participante 30</p> <p>pues porque me imagino que en el concepto de él encuentra solo destrucción, dirá bueno hay tantas cosas que construir porque este gobierno está vuelto nada, y pues es lo que siempre tenemos en mente los colombianos, que el gobierno está vuelto nada, entonces dice construyamos, hagamos algo diferente, pero no se llevó a cabo.</p>
¿Cómo interpreta la imagen y el hashtag elquees con los que cierra el video?	<p>Participante 26</p> <p>Yo lo interpreto como el indicado, en este caso para presidencia. La verdad la imagen no me transmite nada, ni seguridad, ni confianza, es muy neutra.</p>
	<p>Participante 27</p> <p>Partiendo por el #eselquees pensaría que en su campo lo que está intentando de expresar con ese hashtag es que soy el único, soy su mejor opción, no desprestigiando a sus contrincantes, pero dando por entendido solamente a que con él el país va a llegar a un punto de éxito, eso es lo que me transmite.</p>
	<p>Participante 28</p> <p>Si tomo en cuenta el cómo se escriben las cosas y la imagen que se presenta es un poco autoritario, el sello de él puesto en un cuadrado rojo, el nombre para hacerlo más visible. El hashtag es un símbolo que últimamente se relaciona con las redes sociales, yo creo que lo ponen ahí porque fue lanzado por una plataforma de Facebook y pues ahorita no podemos decir que solo los jóvenes tenemos redes sociales porque ya varias campañas o cosas como el Brexit se crean por redes sociales, se influyen por fake news, por eso creo que este hashtag va a través de estas plataformas y es una frase que es un vocabulario muy coloquial para querer hacerlo viral.</p>
	<p>Participante 29</p> <p>Bueno Duque presidente, hashtag es el que es, mmm bueno yo que puedo decir de esto, pues ese #EsElQueEs, es como, no sé cómo decirlo, o sea es como la manera de decirle a las personas vean dense cuenta soy yo no necesitan a nadie más, estoy yo aquí, soy yo, yo estoy lo suficientemente preparado, elíjanme a mí, y ya o sea así lo veo yo las demás personas como que no cuentan, soy yo, elíjanme a mí, voten por mí, así tomo por ejemplo lo que es la parte del hashtag, y lo del duque presidente, pues no, no tengo mucho que decir realmente, no todo, pues igual todo es válido, todo hace parte pues de su campaña política, y es completamente valido y ya.</p>
	<p>Participante 30</p> <p>ehh EsElQueEs como si los anteriores no hubieran hecho nada, mi opinión personal, ¿sí? como quien dice que es como que hace parte de las campañas como parte de la primera impresión, como que yo soy el que voy a arreglar todo, todo va a estar fijamente calculado.</p>
	<p>Herramientas discursivas</p> <p>¿Cree usted que la inclusión se encuentra en el video “el futuro es de todos”?</p>

	<p>En el video no hay inclusión, porque no se muestra en lo profundo lo que puede pasar en cualquier rincón del país, siento que muestra mucho en las zonas urbanas que tiene el país en vez de lo rural como puede pasar en el campo, sería mejor si el video pudiera mostrar lo que puede pasar en el campo en donde el campesino esta levantado desde las 4:00 am, jornaleando, un poco más en ese sentido hubiese sido genial, pero el video como tal no me parece inclusivo.</p>
	<p>Participante 28</p>
	<p>Yo estoy muy de acuerdo con lo que lo que dijo Cristian de que, si había inclusión, pero no de una manera profunda, siento un respeto muy grande por la población étnica que son los indígenas y no recuerdo muy bien si estaban en el video, pero si siento que falta más profundidad, había inclusión, pero solo me mostraba la parte urbana con gente trabajando, pero no siento que muestren a toda Colombia, igual es muy diversa y sería muy difícil mostrarlos a todos.</p>
	<p>Participante 29</p>
	<p>pues de lo que recuerdo del video, algunas escenas del video, si podría decir que en algunas partes del video si se vio reflejado un poco la inclusión, emm no del todo, porque hay cosas que pienso que le falta, o sea, para llegar a ser como tal un video completamente inclusivo que yo diga ‘guau si, chévere, o sea se le ve la inclusión, bacana, ehh lo hizo parte del video, super’’ pero no, o sea, una que otra escena, pero y eso, como por encimita.</p>
	<p>Participante 30</p>
	<p>o sea, como para todos los medios? como que toda la sociedad nos sintiéramos ahí pues la verdad, en las tres veces que me lo dejó ver y eso, realmente voy de nuevo al tema de que si no conociera uno el gobierno de Duque obviamente que es una buena publicidad, se supone que como es de política claramente ahí está enfocado a todos los sectores, usted se siente identificado su parte familiar, laboral, bueno miles de cosas, entonces la verdad me parece que sí, es manipulador, la verdad.</p>