



ITESO

Departamento de Estudios Socioculturales

Q ITESO: Análisis Crítico de Medios de Comunicación

Informe de investigación II: 13 de febrero de 2015

**Análisis discursivo de los spots propagandísticos durante las precampañas
del proceso electoral 2015 en el municipio de Guadalajara**

Coordinadoras del proyecto:

Dra. Magdalena Sofía Paláu Cardona

Mtra. Graciela Bernal Loaiza

Coordinador de la línea de investigación:

Dr. José Bernardo Masini Aguilera

Investigadoras:

María Bayardo Parra
Gloria Llamas Figueroa
Ana Rosa Marmolejo Cervantes

Tlaquepaque, Jalisco, México

enero – junio 2015

**Análisis discursivo de los spots propagandísticos
durante las precampañas del proceso electoral 2015
en el municipio de Guadalajara**

1. Resumen ejecutivo

El presente documento integra los principales hallazgos del primer bloque de análisis discursivo a los spots propagandísticos en torno a la elección de alcalde en el municipio de Guadalajara. Se aboca tan solo a los mensajes que circularon en los canales locales de televisión y en las redes sociales durante el periodo de precampañas (del 28 de diciembre de 2014 al 5 de febrero de 2015). Los contenidos proposicionales de estos mensajes permitieron sostener que fueron dirigidos a la sociedad en general. Esto implica un desacato a la normatividad electoral vigente, toda vez que durante las precampañas los precandidatos deben destinar sus mensajes únicamente a los miembros y a los simpatizantes de las organizaciones políticas que eventualmente respaldarían sus candidaturas.

2. Ficha técnica

2.1.**Equipo:** Análisis discursivo de los spots propagandísticos

2.2.**Integrantes:** María Bayardo Parra, Gloria Llamas Figueroa y Ana Rosa Marmolejo Cervantes

2.3.**Periodo de observación:** 21 de enero al 5 de febrero de 2015

3. Contexto

3.1.Justificación:

El proceso electoral de 2015 corresponde a lo que en el sistema político mexicano se denomina como elecciones intermedias. Se refiere al proceso comicial que a nivel federal no incluye la renovación de la Presidencia de la República; y a nivel local, no implica la elección de un nuevo gobernador. En el caso de Jalisco corresponde a la renovación de la totalidad del congreso local y la elección de alcaldes para los 125 municipios del estado. En ese sentido, a propósito de la reforma política aprobada a nivel federal en 2013, se abrirá la posibilidad de competir por puestos de elección popular a candidatos independientes. Esto es, a ciudadanos interesados en contender que no cuenten con el respaldo explícito de un partido político. Esto dio lugar a que el artista televisivo Guillermo Cienfuegos Pérez, mejor conocido como el payaso Lagrimita, haya manifestado su interés en figurar como candidato a la alcaldía de Guadalajara.

3.2.Pregunta de investigación

¿Cuál es el concepto rector del discurso de los precandidatos a la alcaldía de Guadalajara que divulgaron spots en el periodo de precampañas?

Preguntas secundarias

¿Qué dicen los precandidatos sobre sí mismos y sobre sus partidos?

¿Qué dicen los precandidatos sobre sus rivales políticos?

3.3.Objetivo de la investigación

Observar críticamente el modelo de comunicación política durante las precampañas electorales para la alcaldía de Guadalajara en 2015, a través de un análisis del discurso de los spots que aparecieron en la televisión (abierta y restringida) y las redes sociales de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG).

4. Diseño de la investigación

4.1.Medios analizados:

Se monitorearon aleatoriamente los siguientes canales de televisión abierta y restringida:

- **De Televisa:** El Canal de las Estrellas, GDL tu estación, Canal 5, Galavisión y Más Visión
- **De Televisión Azteca:** Azteca Trece y Azteca Siete
- **De televisión restringida:** Ocho TV (Telecable de Zapopan) y Megacanal (Megacable)

En cuanto a las redes sociales, se localizaron spots en la plataforma YouTube, así como en las fan-pages de Facebook de los respectivos candidatos. También hicimos seguimiento de sus cuentas de Twitter.

4.2.Unidad de análisis

Solamente se tomaron en cuenta para este trabajo las piezas discursivas que cumplieran con los rasgos distintivos del spot propagandístico. Se excluyeron otro tipo de mensajes que también fueron identificados (v. gr. sketches de Lagrimita, documentales y videos testimoniales de Enrique Alfaro, entre otros).

4.3.Universo y muestra

Luego de descartar los materiales audiovisuales que no reunían las características de formato del spot, nuestro universo se limitó a cinco piezas discursivas: dos del

precandidato panista Alfonso Petersen; dos del priista Ricardo Villanueva; y uno de Enrique Alfaro, precandidato por Movimiento Ciudadano. Por ello nuestra muestra abarca la totalidad del universo en cuestión.

5. Resultados

En este apartado se desglosan los hallazgos a partir del análisis impresionista de los cinco spots que circularon en la televisión y las redes sociales durante las precampañas. Para su mejor comprensión recomendamos ver los videos en las ligas indicadas antes de leer los respectivos análisis.

5.1. Spots del Partido Acción Nacional

5.1.1. Spot #ElPanEstáDeRegreso (Alfonso Petersen)

Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=zSWuIo3mEw4>

Para realizar el análisis del spot “Queremos un cambio en paz y verdadero. #ElPanEstaDeRegreso”, interpretaremos los textos que han sido utilizados como guion por el pre candidato a presidente por Guadalajara Alfonso Petersen Farah. El spot del candidato va dirigido a toda la población de Guadalajara aunque menciona que supuestamente es una precampaña dirigida a los militantes y simpatizantes de su partido, que es el PAN.

En este spot en especial Alfonso Petersen hace uso de pantallas de colores en donde muestra videos de manifestaciones en contra del PRI y marchas a favor del PAN. Una cosa que nos parece importante rescatar es que en los spots de los otros candidatos se tiene una cercanía con las personas debido a que son videos tomados por ellos, en los que aparecen junto a los ciudadanos. En cambio en el spot de Alfonso Petersen se usan mucho las pantallas de colores (aunque la mayoría es de color azul como para que sepas cuál es su partido, pues ese es el color distintivo del PAN) y no hay ningún video o fotografía de él teniendo contacto con la ciudadanía en el exterior. La falta de esa relación lo hace lejano y ajeno a las personas.

Una frase que nos parece interesante es la de “Es un hecho. El PRI ya se va”, porque él lo dice con mucha seguridad pero al mismo tiempo como burlándose de ellos, como si su única competencia fuera el PRI; y si agregamos parte del título de su spot que es “#ElPanEstaDeRegreso” se percibe su intención de proyectar su seguridad de que van a ganar y el partido retomará el poder que ejerció en Guadalajara entre 1995 y 2009.

Otro punto importante es cuando menciona la siguiente cifra: “7 de cada 10 tapatíos queremos el cambio” y refiere que esos datos fueron sacados de una encuesta en Guadalajara realizada por “Meba” (Mendoza Blanco & Asociados, S.C.) que es una empresa mexicana que realiza investigaciones de mercados y de opinión pública. Nos parece que cuando pone este dato quiere dar a entender que él no está mintiendo y que hay alguien que lo está respaldando.

En varios diálogos de su spot hace comparaciones con el PAN y otros gobiernos como el PRI y Movimiento Ciudadano. Un ejemplo de esto es cuando él dice: “Lo importante es decidir. Si queremos nada más un cambio de discurso o un cambio de actitud”.

En su video promocional al momento de decir “si queremos nada más un cambio de discurso” se puede apreciar un cambio de color, de ser azul (que se puede suponer que es el color del PAN) cambia a rojo (el color del PRI) y en ese momento aparecen cuatro notas periodísticas recientes en donde se mencionan casos como robos, muertes, balaceras y quejas de la ciudadanía. En este punto se puede interpretar que con estas imágenes él nos intenta mostrar que todo lo malo que está sucediendo es porque se encuentra el PRI en el gobierno, pero luego él dice “O un cambio de actitud” y la pantalla que anteriormente era roja cambia a azul y muestra de fondo una bandera del PAN como diciendo que con ellos sí va a haber un cambio, que lo que pasa en el gobierno del PRI no va a suceder con ellos.

Un punto importante es cuando dice “Un cambio de máscara o un cambio en la manera de hacer las cosas”. Al momento de decir un cambio de máscaras los colores del fondo vuelven a cambiar ahora algunas partes de la pantalla son rojas mientras que otras son naranjas. Nos parece que en esta parte él intenta decir que Movimiento Ciudadano es lo mismo que el PRI pero con otros actores, que si la población vota por Movimiento Ciudadano van a vivir lo mismo que viven con el PRI. Después dice “o un cambio en la manera de hacer las cosas” y vuelve a aparecer el fondo azul junto con un video de la bandera del PAN ondeando y una asamblea de militantes del PAN con pancartas que dicen “Sí”. Nos vuelve a meter la idea de que el PAN sí va a hacer el cambio, que con ellos se va a vivir diferente y que ellos van a hacer las cosas mejor que los que están ahorita.

Otra comparación que hace es donde menciona “Un cambio que divide y confronta o un cambio que suma y reconcilia”. Cuando dice un cambio que divide y confronta, se vuelven a aplicar los cambios de colores pero en esta ocasión se observa un video de una manifestación y claramente se puede ver a una persona con una pancarta que dice “fuera

Aristóteles”. Esta comparación es más directa y parece que le echa la culpa al gobierno de Aristóteles Sandoval por todas las confrontaciones que han sucedido en Guadalajara y al mismo tiempo da a entender que estas confrontaciones han hecho que la sociedad se divida.

Por otro lado al momento de decir “o un cambio que suma y reconcilia” se aprecia el fondo azul y un video de lo que parecen ser simpatizantes de su partido gritando y riendo. Ante esto podemos decir que la imagen que Petersen busca mostrar es la de un partido que va a generar el cambio que hará que la sociedad vuelva a estar unida.

Existen tres palabras que se repiten constantemente en su discurso que son: ‘queremos’ (cuatro veces pronunciada por Petersen y dos veces en el texto del fondo), ‘cambio’ (ocho veces pronunciada y dos veces escrita en el fondo) y ‘todos’ (pronunciada dos veces y escrita una más). Las palabras ‘queremos’ y ‘todos’ nos dicen que él también se incluye en las diversas situaciones por las que pasa la sociedad y que por eso busca el cambio. Conjuga el verbo ‘querer’ en primera persona del plural, lo que refiere una especie de deseo que él dice compartir con todos los tapatíos. Por ‘cambio’ podemos decir que se refiere a que algo está mal con el gobierno actual y que él busca mejorarlo; que eso es lo que el pueblo necesita hacer para mejorar su situación actual y al momento de comparar su partido con los otros y utilizar esta palabra quiere meternos la idea de que con él todo va a ser diferente y todo va a mejorar.

Cuando dice su frase “Todos queremos el cambio pero lo queremos en paz” nos muestra que sí han habido cambios pero que estos cambios no se han hecho de la manera correcta: se han llevado a cabo con violencia. También nos dice que él quiere un cambio pero él lo va a hacer de una manera pacífica y no brutal.

Antes de terminar el spot aparece una imagen que dice “Poncho Petersen Presidente Precandidato a”. Nos parece muy interesante esta frase primero porque el nombre ya no es Alfonso sino que ahora es Poncho. Podemos decir que él trata de dar una imagen más amigable de su persona y trata de ser más cercano a las personas porque si nos damos cuenta a los que se llaman Alfonso se les dice Poncho de manera hipocorística (esto es, en una relación que connota amistad, cercanía o cariño). El segundo punto es que al lado de su nombre aparece la palabra “presidente” y en letras mucho más chicas la frase “precandidato a”. Nos parece que aquí él mismo está declarando que ya es el presidente y que él tiene la seguridad de que va a ganar las elecciones. De hecho al final del spot aparece la frase “El PAN está de regreso y eso es bueno para todos”. Ello reitera la idea de que Petersen va a ser el próximo alcalde y que eso provocará cambios que serán buenos para todos.

5.1.2. Spot “Vamos juntos a recuperar la confianza” (Alfonso Petersen y César Madrigal, precandidatos por Guadalajara, junto a Guillermo Martínez Mora y Omar Borboa, precandidatos por Zapopan)

Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=If6bgIH00pk>

El PAN Jalisco presentó desde el pasado 19 de enero un spot en el que participaron dos de los precandidatos a la alcaldía de Guadalajara (Alfonso Petersen y Cesar Madrigal) y dos de Zapopan (Guillermo Martínez Mora y Omar Borboa). En esta corta transmisión de treinta segundos los precandidatos argumentan la necesidad del cambio del gobierno actual priista.

Primero es importante analizar la unidad entre los miembros del partido que se transmite en el video, dando a entender que no es importante cuál de los precandidatos logre ser candidato, sino que el PAN vuelva a ser aceptado por las familias jaliscienses y hacen alusión al “CAMBIO” que el Estado necesita.

Alfonso Petersen inicia argumentando la necesidad de elevar el salario mínimo porque el dinero no alcanza a las familias, y el candidato César Madrigal retoma esta propuesta defendiendo el salario digno. Es importante no olvidar que el PAN a nivel nacional está manejando dentro de su discurso los temas salariales, lo cual pone sobre la mesa de nuevo el punto referente a la confianza que el país ha perdido sobre el partido, y lo quieren recuperar a toda costa. Como parte de su estrategia, tanto en Jalisco como a nivel nacional, están señalando la necesidad de elevar el salario mínimo.

Guillermo Martínez Mora, precandidato para Zapopan, habla sobre un cambio sin enfrenamiento, sin riesgos. Consideramos que hace alusión al precandidato de Movimiento Ciudadano, Enrique Alfaro, que de cierta manera desafía al gobierno priista de manera más belicosa. A esto se refiere el precandidato panista al hablar de no arriesgarse con nuevos partidos sino cambiar de gobierno y elegir a un partido conocido, como el PAN.

Por último los cuatro precandidatos dicen al mismo tiempo “recuperemos juntos la confianza” ¿Qué confianza? La que las familias jaliscienses apostaron mucho tiempo sobre el partido albiazul y ahora están buscando obtener. El mensaje hace énfasis en algo que se tuvo y se perdió. Por ello el verbo utilizado es ‘recuperar’. Indirectamente reconocen que no hicieron bien las cosas en los años recientes. Eso permitió al PRI volver al gobierno y, a su juicio, los resultados han sido aún peores respecto a los que ellos entregaron cuando fueron gobierno.

5.2.Spots del Partido Revolucionario Institucional (PRI)

5.2.1. Spot “¿Quién es Ricardo Villanueva?” (Ricardo Villanueva)

Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=u1YbPfTyTGU>

El spot que se publicó en las redes sociales desde el 27 de diciembre de 2014, ha sido uno de los más conocidos en la precampaña de Ricardo Villanueva, el precandidato del PRI para la alcaldía de Guadalajara. Es un spot con duración de 32 segundos en el que varias personas de distintos ambientes laborales, jóvenes y niños se preguntan ¿Quién es Ricardo

Villanueva? Este spot solo se dedica a mostrar a las personas, ya que se presentan en plano medio, captando la atención más sobre lo que dicen frente a la cámara que al entorno.

Supuestamente el spot está dirigido a los militantes del PRI, sin embargo fue colocado en varios medios desde televisión abierta, como redes sociales e incluso en radio, y haciendo alusión a las personas que no tengan conocimiento de quien es el precandidato. Es entonces cuando se pone en duda el hecho de que solo personas militantes del partido priista son el público que se desea cubrir.

Es importante recalcar que de cierta manera aprovecha que estuvo en la U. de G. de alumno, y que actualmente es maestro de la misma Universidad, para tener simpatía con las personas que laboran ahí, o los alumnos que se encuentran en la misma Institución.

Sus sobrinos, sus amigos y sus dos pequeñas hijas, hacen ver la imagen de un hombre de familia. Es importante mencionar que por las costumbres y los valores que suelen relacionarse con la familia tapatía, la unión familiar de cierta manera genera confianza y sin duda es lo que se trata de transmitir.

Cuando el joven de las oficinas gubernamentales menciona que “con él ordenamos las finanzas de Jalisco” indica entonces que ya ha sido político y ha sido bueno. Haber ordenado las finanzas quiere decir que las recibió desordenadas por parte del PAN, el partido antecesor en el gobierno estatal. Es así como no solo logran hacerle promoción como buen político sino que también aprovechan para descalificar al PAN.

Por otro lado, el hecho de que una mujer se pregunte por él desde una central de abastos, y más claro el ejemplo del taquero que menciona con confianza “Uy el Richard: clientazo”, indica que es una persona de gente, que escucha a su pueblo y que convive y se integra con ellos. Por eso se deduce que con este spot, quiere tocar todas las puertas de las familias de Guadalajara, sin importar sexo, cargo laboral, ni status social.

Otro aspecto relevante del mensaje es la reiteración de la pregunta “¿Quién es Ricardo Villanueva? Retóricamente se supone que las preguntas son expresiones lingüísticas que buscan información: quien las hace quiere saber algo que hasta entonces ignora. Al respecto es interesante que el mensaje se dirija en teoría a los militantes y a los simpatizantes del PRI. Podría esperarse que alguien tan prominente en la estructura de su partido, pues ya ha ocupado cargos públicos con gran eficiencia (como el spot lo propone), debería ser conocido entre sus correligionarios. Por ello hay una especie de contrariedad en el mensaje, donde sorprende la necesidad de explicar a los miembros del PRI quién es Ricardo Villanueva.

Paradójicamente quienes proporcionan información sobre él en el spot son personas que no parecen militar en el partido: alumnos y profesores de la U. de G., sus hijas, sus sobrinos, personal de apoyo de oficinas gubernamentales y hasta un taquero. Por ello nos parece

evidente que el mensaje no intenta circunscribirse a los priistas, sino que se dirige a la población en general. Según la normatividad electoral, esto no debería ocurrir en el periodo de precampañas. Para diluir esa interpretación, y para evitar sanciones eventuales del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana, el spot culmina con la leyenda: “Precandidato a presidente de Guadalajara. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del PRI”.

5.2.2. Spot “Quiero resolver contigo la ciudad de nuestros hijos” (Ricardo Villanueva)

Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=vOLCzWqvFfc>

Para analizar este spot interpretaremos los textos que han sido utilizados como guion por el precandidato a presidente por Guadalajara, Ricardo Villanueva. Nos parece que este spot en específico va dirigido a la población en general aunque diga que solamente es una precampaña dirigida a los militantes y simpatizantes de su partido, que es el PRI.

Podemos darnos cuenta por el título del spot que es: “Quiero resolver contigo la ciudad de nuestros hijos”, que va más enfocado a los padres de familia. Cabe destacar que el título nos dice entre líneas que la ciudad en la que habitan los hijos de los ciudadanos tiene algo malo y que él como presidente lo piensa resolver. Al decir “quiero resolver contigo” expresa cierta colegialidad en sus proyectos: no serían solo de él, sino de todos los ciudadanos. Además fomenta cierta identidad, empatía por pertenecer a un grupo específico que en este caso son los padres de familia al mencionar “nuestros hijos”.

Otro punto importante es cuando dice que “Guadalajara no es la misma desde hace unos años. Hay cosas que han cambiado y otras se están construyendo”. Parece que intenta reconocer los logros de los gobiernos priistas en los últimos años. Esto se puede apreciar si observamos las imágenes combinadas con el texto.

Al momento de mencionar que hay cosas que han cambiado en el spot aparece una mamá tomada de la mano con su hija que viste su uniforme escolar y una mochila. Esta mochila probablemente recalque el proyecto de Bienestar en donde 135 millones de pesos fueron los que el Gobierno de Jalisco invirtió en este programa de mochilas y útiles gratuitos, mismos que beneficiarían a un millón 587 mil 440 estudiantes de 11 mil 250 escuelas, repartidas en 125 municipios, pues se trata de un programa estatal, no solo del municipio de Guadalajara.¹ En cambio cuando dice “y otras se están construyendo” hace referencia a la construcción de la Línea 3 del tren ligero en Guadalajara, proyecto que requerirá una

¹ Covarrubias, Denisse (2014) “Mochilas se repartirán la primera semana de clases” en *Unión Jalisco*, 30 de julio de 2014, disponible en <http://www.unionjalisco.mx/articulo/2014/07/30/educacion/guadalajara/mochilas-se-repartiran-la-primer-semana-de-clases>, recuperado el 8 de febrero de 2015.

inversión superior a 17 mil 700 millones de pesos, aportados en su mayoría por el Gobierno Federal.²

Otro aspecto importante es cuando menciona que “también es cierto que en algunas colonias, las calles están rotas, las luces apagadas y a veces sólo en casa nos sentimos tranquilos”. Decir esto puede parecer una crítica al gobierno de Ramiro Hernández, que les señale lo que están haciendo mal y en el momento en el que nos muestra esta “realidad” él probablemente busca vendernos la idea de que si votamos por él eso va a cambiar, ya no habrá más baches en la ciudad, va a haber mejor iluminación en los espacios públicos y la inseguridad va a disminuir.

Además en la frase “a veces sólo en casa nos sentimos tranquilos, así es como vivimos hoy” vemos cómo él se incluye en este señalamiento, como para que veamos que no solamente nosotros nos sentimos intranquilos o que no sólo nosotros vivimos con esa inseguridad, sino que también él siente esa inseguridad. Tal podría ser la intención de conjugar los verbos en la primera persona del plural. Con ello busca generar sentido de identidad, de pertenencia a la sociedad que pretende gobernar. Busca los puntos débiles de los otros gobiernos –aunque sean priistas – para hacerlos resaltar y hacerle saber a la gente que no cometerá los mismos errores.

En la frase “Pero si seguimos trabajando juntos mañana podrá ser muy diferente” podemos observar que se presenta como un “salvador”, como si él pudiera hacer todo, pero solamente con la ayuda de los votos de los ciudadanos porque al momento de decir “si seguimos juntos” coloca la idea de que si no es con él nada va a cambiar, todo va a quedar igual.

Por último, en la frase “Soy Ricardo Villanueva y quiero resolver contigo la ciudad de nuestros hijos” él intenta mostrarse como una persona que busca el bienestar de los más jóvenes. Aquí algo clave es que para la mayoría de los padres de familia los hijos son lo más importante que tienen y siempre van a buscar su bienestar. Villanueva está sensibilizando a la gente por medio de esa conexión, quiere establecer un vínculo con los padres diciendo que él los va a cuidar, que él va a hacer de Guadalajara una mejor ciudad.

5.3.Spot del Partido Movimiento Ciudadano (MC)

² “Avanza construcción de Línea 3 del Tren Ligero”, en sitio web de *El Informador*, 2 de enero de 2015, disponible en <http://www.informador.com.mx/jalisco/2015/568290/6/avanza-construccion-de-linea-3-del-tren-ligero.htm>, recuperado el 8 de febrero de 2015.

5.3.1. Spot “Cierra los ojos” (Enrique Alfaro)

Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=Th-IVi62X2A>

El spot “Cierra los ojos, Guadalajara tiene una nueva oportunidad”, publicado en las redes sociales desde el día 4 de enero de 2015 tiene una duración de 30 segundos. En el spot el candidato Enrique Alfaro propone la imagen de una Guadalajara ideal, posible en el futuro cercano. En cuanto a la serie de imágenes, enfatizan la edad de los votantes potenciales de su partido: mayoritariamente jóvenes y adultos que no han llegado a la tercera edad.

En lo referente a la leyenda: candidato a presidente municipal de Guadalajara. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes de Movimiento Ciudadano. Esta frase aparenta estar dirigida a un grupo minoritario de activos, sin embargo no tiene sentido que nos adviertan hasta el final del mensaje que éste se dirigía únicamente a los simpatizantes de MC. De ello puede deducirse que la intención real de sus autores es que el spot sea visto por todos los electores potenciales.

Al analizar la frase en off: “Cierra los ojos y recuerda cuándo fue la última vez que creíste, que soñaste...” encontramos que se hace un llamado a tener esperanza y fe... a imaginar la ciudad que se desea. El discurso es una invitación para que los ciudadanos se sumen a la creación de su propio futuro, a lograr un anhelo colectivo.

Respectivamente en la frase: “Cuándo fue la última vez que luchaste por tus principios, por tus convicciones, la última vez que caminaste para exigir justicia...” hay una manifestación e invitación a unirse a la causa, a levantarse en la búsqueda de la equidad, del derecho, de la justicia. Ocurre algo similar con la frase: “Cuándo fue la última vez que levantaste la mano para decir ya basta”. En ella se hace énfasis en el poder que puede alcanzar la ciudadanía si participa en la vida política. A partir de esta frase los simpatizantes convencidos y por convencerse se unen con entusiasmo en el proyecto ante la sugerente invitación para que el ciudadano se ponga la camiseta y se enliste en el proyecto de este partido, que puede dar lugar a un cambio de gobierno.

En cuanto a la expresión “Para sentirte libre...” Se busca crear empatía, desde la emoción expresada desde la libertad y la seguridad de ejercer la ciudadanía desde el poder. Se sugiere que si un partido “ciudadano” llega al poder, los ciudadanos sentirán que sus garantías individuales serían más respetadas que en las condiciones actuales, bajo la administración del PRI.

En cuanto a la frase “Ahora abre los ojos. Es el momento de hacer lo correcto”, aparentemente se expresa en referencia al despertar ciudadano de su estado de inercia. A su vez da pie a que se interprete en referencia a la acción como hecho tangible y reconozca la situación del país: narcotráfico, desvío de fondos, conflictos de interés, desapariciones forzadas, aumento de impuestos, falta de regulación, manifestaciones civiles, etc.

Por último, al señalar que “Guadalajara tiene una nueva oportunidad. Enrique Alfaro, Movimiento Ciudadano” es clara la afirmación de que esa oportunidad se materializa

precisamente en el candidato Alfaro. Además de considerarse de carácter optimista se plantea la necesidad de creer y tener fe en que el ciudadano puede realizar sus objetivos participando a partir del voto; que al seleccionar a Enrique Alfaro, sea partícipe de actos de poder justos en la creación de políticas públicas y el ejercicio del poder.

6. Conclusiones

Los spots son mensajes publicitarios breves, en formato audiovisual, que generalmente proponen a sus destinatarios las virtudes de un producto, un servicio, o en el caso de un proceso electoral, las de un candidato o partido. El material que circuló en la televisión y en las redes sociales durante las precampañas fue más bien discreto: no todos los candidatos ni todos los partidos que contendrán divulgaron mensajes. Igualmente puede suponerse que los spots “subirán de tono” en la etapa de campañas, a realizarse entre el 5 de abril y el 3 de junio.

Ahora bien, entre las cinco piezas discursivas analizadas hay algunas similitudes, a saber:

1) Las tres principales fuerzas políticas de Jalisco pusieron a circular mensajes a los que estuvimos expuestos todos los ciudadanos, aun cuando insertaban leyendas en las que sostenían que los spots estaban dirigidos exclusivamente a los militantes y a los simpatizantes de sus respectivos partidos. Esto es una contrariedad que se vale de las lagunas en la normatividad electoral, pues por la vía de los hechos están haciendo actos de campaña abierta, visibles para toda la ciudadanía. Sobran mecanismos para circunscribir estos mensajes a los miembros de los partidos, como escribirles a sus correos electrónicos, los foros dentro del partido, los grupos en redes sociales, etc.

2) La otra coincidencia tiene que ver con la cercanía con la gente que los candidatos intentan proyectar. Todos mencionan las cosas en las que el gobierno ha fallado y que les gustaría que estuvieran resueltas (incluso Villanueva, quien será candidato por el partido en el poder). En términos coloquiales, alejados de la suntuosidad que suele relacionarse con el ámbito de la política, se dirigen a los ciudadanos para proyectar la imagen de que son personas iguales a ellos.

En cuanto a las diferencias entre estos tres partidos y sus precandidatos, la más significativa fue que Alfaro y Villanueva sí colocaron sus spots en medios electrónicos; mientras que Alfonso Petersen se limitó a las redes sociales. El panista podría argumentar que sí cumplió con la normatividad electoral, que indica que los mensajes solo deben ser vistos por sus compañeros de partido en esta etapa. Eso explicaría en parte la diferencia exponencial en la cantidad de reproducciones que sus respectivos videos han alcanzado en la plataforma YouTube. El spot “#El PAN está de regreso” llevaba el 11 de febrero apenas 149 reproducciones (fue subido el 16 de enero), aunadas a las 144 del spot “Vamos juntos a recuperar la confianza” (subido el 19 de enero). Por su parte, el spot “Quién es Ricardo Villanueva”, que fue el primero que se subió a las redes (desde el 27 de diciembre), llevaba en la misma fecha 54,847 reproducciones. El otro spot de este mismo candidato, “Resolver

contigo la ciudad de nuestros hijos” (apareció hasta el 20 de enero) había acumulado 30,482 reproducciones. A su vez, el único spot que divulgó el Enrique Alfaro (desde el 4 de enero), llevaba en la misma fecha 200,220 reproducciones. Al menos en la etapa de precampañas podría concluirse que el candidato de MC fue el más popular en las redes sociales. Estos datos se compilan en la Tabla 1:

Tabla 1: Reproducciones de spots de precandidatos en YouTube (al 11 de febrero)

Partido/ Precandidato	Reproducciones	Fecha de emisión	Link
PRI/Ricardo Villanueva Spot: ¿Quién es Ricardo Villanueva?	54,847	27/DIC/14	https://www.youtube.com/watch?v=ulYbPfiTyTU
PRI/ Ricardo Villanueva Spot: quiero resolver contigo la ciudad de nuestros hijos.	30,482	20/ENE/2015	https://www.youtube.com/watch?v=vOLCzWqvFf8
PAN/ Alfonso Petersen Spot: El pan esta de regreso	144	16/ENE/2015	https://www.youtube.com/watch?v=zSWuIo3mEw4
PAN/ PAN Jalisco Spot: vamos juntos a recuperar la confianza	148	19/ENE/15	https://www.youtube.com/watch?v=If6bgIH00pk
MC/ Enrique Alfaro Spot: cierra los ojos	200,220	4/ENE/2015	https://www.youtube.com/watch?v=Th-IVI62X2A

En cualquier caso, llama la atención que otras fuerzas políticas como el Partido de la Revolución Democrática, el Partido Verde, el del Trabajo y otros nuevos como el autodenominado Partido Humanista no hayan puesto a circular spots alusivos a la elección de alcalde para Guadalajara. Sus mensajes en los medios auscultados corresponden a pautas nacionales o regionales. Consideramos que estos actores presentarán materiales que habremos de analizar en nuestro próximo informe, relativo al periodo de campañas.

7. Anexos

1. Guion del spot #ElPanEstáDeRegreso (Alfonso Petersen)

1. EXTERIOR, DÍA, PAISAJE URBANO

Se puede observar una manifestación que se lleva a cabo en el centro de Guadalajara, en donde aparece una gran cantidad de PERSONAS con distintas pancartas y vestidas con playeras blancas y rojas.

2. INTERIOR, DÍA, FONDO AZUL

Aparece ALFONSO PETERSEN en un plano medio delante de una pantalla azul que proyecta un video sobre una manifestación mientras él dice su discurso.

Voz de ALFONSO PETERSEN:

Es un hecho. El PRI ya se va.

3. INTERIOR, DÍA, FONDO AZUL

Se observa a ALFONSO PETERSEN ahora en un plano americano hablando mientras que en la pantalla azul se proyecta una cifra tomada de una encuesta.

Voz de ALFONSO PETERSEN:

7 de cada 10 tapatíos

Texto:

7 de cada 10 tapatíos

Fuente: Encuesta GDL (logotipo meba)

4. INTERIOR, DÍA, FONDO AZUL

Muestra a ALFONSO PETERSEN en un plano medio delante de una pantalla azul que proyecta las palabras que él está diciendo (con voz decidida) y él las apunta con su mano derecha.

Voz de ALFONSO PETERSEN:

Queremos el cambio

Texto:

QUEREMOS EL CAMBIO

5. INTERIOR, DÍA, FONDO AZUL

ALFONSO PETERSEN en un plano medio delante de una pantalla azul ubicado en el centro de la toma y mirando fijamente a la cámara.

Voz de ALFONSO PETERSEN:

Lo importante es decidir.

6. INTERIOR, DÍA, FONDO ROJO

ALFONSO PETERSEN en un plano americano delante de una pantalla roja, a su lado izquierdo aparecen cuatro notas periodísticas sobre delitos en Guadalajara.

Voz de ALFONSO PETERSEN:

Si queremos nada más un cambio de discurso...

7. INTERIOR, DÍA, FONDO AZUL

ALFONSO PETERSEN en un plano medio delante de una pantalla azul, detrás de él se observan distintas imágenes de banderas del PAN

Voz de ALFONSO PETERSEN:

O un cambio de actitud.

Texto:

Precandidato a presidente municipal de Guadalajara. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del Partido Acción Nacional.

8. INTERIOR, DÍA, FONDO ROJO

ALFONSO PETERSEN en un plano americano delante de una pantalla roja, a su lado derecho aparece una imagen de lo que parece ser el gobierno municipal.

Voz de ALFONSO PETERSEN:

Un cambio ...

Texto:

Precandidato a presidente municipal de Guadalajara. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del Partido Acción Nacional.

9. INTERIOR, DÍA, FONDO NARANJA

ALFONSO PETERSEN en un plano medio delante de una pantalla naranja, mientras dice burlescamente su diálogo.

Voz de ALFONSO PETERSEN:

De máscara

Texto:

Precandidato a presidente municipal de Guadalajara. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del Partido Acción Nacional.

10. INTERIOR, DÍA, FONDO AZUL

ALFONSO PETERSEN en un plano americano delante de una pantalla azul, detrás de él se observan distintas imágenes una de una bandera del PAN

Voz de ALFONSO PETERSEN:

O un cambio

Texto:

Precandidato a presidente municipal de Guadalajara. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del Partido Acción Nacional.

11. INTERIOR, DÍA, FONDO AZUL

ALFONSO PETERSEN en un plano medio delante de una pantalla azul, detrás de él se observan MILITANTES del PAN con pancartas que tienen escrito “Sí”.

Voz de ALFONSO PETERSEN:

En la manera de hacer las cosas.

Texto:

Precandidato a presidente municipal de Guadalajara. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del Partido Acción Nacional.

12. INTERIOR, DÍA, FONDO ROJO y NARANJA

ALFONSO PETERSEN en un plano americano delante de una pantalla roja y naranja que muestra imágenes de manifestaciones en una pancarta se alcanza a leer ARISTOTELES.

Voz de ALFONSO PETERSEN:

Un cambio que divide y confronta

Texto:

Precandidato a presidente municipal de Guadalajara. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del Partido Acción Nacional.

13. INTERIOR, DÍA, FONDO AZUL

ALFONSO PETERSEN en un plano medio delante de una pantalla azul, detrás de él se observan MILITANTES del PAN con banderas del partido y un niño gritando.

Voz de ALFONSO PETERSEN:

O un cambio que suma y reconcilia.

Texto:

Precandidato a presidente municipal de Guadalajara. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del Partido Acción Nacional.

14. INTERIOR, DÍA, FONDO AZUL

ALFONSO PETERSEN en un plano americano delante de una pantalla azul.

Voz de ALFONSO PETERSEN:

Todos queremos el cambio pero lo queremos...

Texto:

TODOS QUEREMOS EL CAMBIO

15. INTERIOR, DÍA, FONDO AZUL

ALFONSO PETERSEN en un plano americano delante de una pantalla azul.

Voz de ALFONSO PETERSEN:

En paz

Texto:

PAZ

16. INTERIOR, DÍA, FONDO BLANCO

Imagen de propaganda en donde aparece ALFONSO PETERSEN en un plano medio en un fondo blanco

Voz en off:

Poncho Petersen: gente que suma.

Texto:

Poncho Petersen Presidente precandidato a #GenteQueSuma PAN

17. INTERIOR, DÍA, FONDO BLANCO

ALFONSO PETERSEN en un plano americano enfrente de un fondo blanco que muestra el logotipo del PAN

Voz de ALFONSO PETERSEN:

El PAN está de regreso y...

18. INTERIOR, DÍA, FONDO BLANCO

ALFONSO PETERSEN en un plano medio enfrente de un fondo blanco con una línea azul

Voz de ALFONSO PETERSEN:

Eso es bueno para todos

2. Guion del spot “Vamos juntos a recuperar la confianza” (Alfonso Petersen y César Madrigal, precandidatos por Guadalajara, junto a Guillermo Martínez Mora y Omar Borboa, precandidatos por Zapopan)

D) INTERIOR, DÍA, DELANTE DE FONDO BLANCO:

Aparece en plano medio precandidato Poncho Petersen y la leyenda que dice: Precandidatos. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del Partido Acción Nacional.

Alfonso Petersen:

Estamos cansados de vivir con miedo. A las familias no les alcanza el dinero,
¡necesitamos hacer algo!

Aparece en plano medio precandidato César Madrigal y la leyenda que dice:
Precandidatos. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del Partido
Acción Nacional.

César Madrigal:

¡Necesitamos orden, necesitamos paz! Necesitamos un salario digno.
Necesitamos un cambio.

Aparece en plano medio precandidato Guillermo Martínez Mora y la leyenda
que dice: Precandidatos. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del
Partido Acción Nacional.

Guillermo Martínez Mora:

Un cambio sin enfrentamiento, un cambio sin riesgo, un cambio pensando en ti
y tu familia.

Aparece en plano medio precandidato y la leyenda que dice: Precandidatos.
Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del Partido Acción Nacional.

Omar Borboa:

Recuperemos juntos nuestra tranquilidad. Recuperemos juntos el futuro de
nuestros hijos.

Aparecen en plano conjunto precandidatos y la leyenda que dice: Precandidatos.
Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del Partido Acción Nacional.

Todos Juntos:

¡Recuperemos juntos la confianza!

Sobre el mismo fondo blanco, aparece el logo del PAN Jalisco y la leyenda que
dice: Precandidatos. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del Partido
Acción Nacional.

Voz en OFF:

Partido Acción Nacional Jalisco

3. Guion del spot “¿Quién es Ricardo Villanueva?” (Ricardo Villanueva)

1) EXTERIOR, DÍA, CENTRO DE LA CIUDAD

JOVEN, con mochila en los hombros:

¿Quién es Ricardo Villanueva?

2) EXTERIOR, DÍA, PARQUE PÚBLICO

Con voz dudosa CHICA:

Villanueva...

3) EXTERIOR, DÍA, MERCADO DE ABASTOS

Con voz dudosa, SEÑORA CLIENTE:

¿Uno con barba?

4) EXTERIOR, DÍA, JARDINES ESCOLARES

ESTUDIANTE:

Sí, es mi maestro.

5) EXTERIOR, DÍA, PARTE EXTERIOR DE EDIFICIO DEL AYUNTAMIENTO DE GUADALAJARA.

PERSONA DE MANTENIMIENTO:

Trabajó aquí en el Ayuntamiento de Guadalajara.

6) INTERIOR, DÍA, BIBLIOTECA

PROFESOR:

Fue mi alumno en la Universidad de Guadalajara.

7) INTERIOR, DÍA, OFICINAS PÚBLICAS

EMPLEADO:

Con él ordenamos las finanzas de Jalisco.

8) EXTERIOR, DÍA, CENTRO DE LA CIUDAD

JOVEN, con mochila en los hombros:

¿Quién es Ricardo Villanueva?

9) EXTERIOR, DÍA, JARDÍN PARTICULAR

MUJER DE LA TERCERA EDAD:

Villa ¿qué?

10) EXTERIOR, DÍA, PARQUE PÚBLICO

Se encuentran tres niños de aproximadamente 10, 7 y 9 años y una niña de 6 en una hilera y con una actitud alegre.

NIÑOS:

¡Es nuestro tío!

11) EXTERIOR, DÍA, FACHADA DE UNA CASA

SEÑOR OJOS VERDES:

Un muy buen amigo desde el kínder.

12) EXTERIOR, DÍA, JARDÍN.

DOS NIÑAS AL UNÍSONO:

Es mi papá.

13) EXTERIOR, DÍA, JARDÍN

RICARDO VILLANUEVA:

Yo soy Ricardo Villanueva, y muy pronto vamos a platicar.

IMAGEN DE PROPAGANDA DE RICARDO VILLANUEVA (CORTINA)

Se presenta el texto en el que se explica que la propaganda va dirigida solo a simpatizantes: “Precandidato a presidente de Guadalajara. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes del PRI”

VOZ EN OFF:

Ricardo Villanueva, precandidato a presidente por Guadalajara, PRI.

14) EXTERIOR, NOCHE, CARRETA DE TACOS

TAQUERO:

¡Uy, el Richard! ¡Clientazo!

7.4 Guion del spot “Quiero resolver contigo la ciudad de nuestros hijos” (Ricardo Villanueva)

1) EXTERIOR, DÍA, PAISAJE URBANO

Vista de algunos edificios, se escuchan de fondo distintos sonidos de ambiente, la ciudad vista desde las alturas.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Guadalajara...

2) EXTERIOR, DÍA, CALLE

Vista de una calle con tránsito de media mañana, sonido del claxon de los vehículos.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

No es la misma desde hace algunos años...

3) EXTERIOR, DÍA, ACERA DE UNA CALLE

Aparece RICARDO VILLANUEVA caminando lentamente (en lo que parece ser el centro de Guadalajara) y observando lo que sucede a su alrededor mientras dos personas pasan frente a la cámara. Lleva un saco de color azul y una camisa rosa pardo.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Hay...

4) EXTERIOR, DÍA, CALLE

Vista de una calle en la que se puede observar a una SEÑORA que lleva a su HIJA de la mano cruzando por la línea peatonal, mientras un taxi está esperando a que se ponga el siga sin sobrepasar dicha línea, se observan múltiples carros estacionados. De fondo se escucha el silbato de lo que parece ser un agente de vialidad (la NIÑA de 10 años lleva uniforme escolar y una mochila con la leyenda “Bienestar” colgada a la espalda, la SEÑORA de aproximadamente 40 años lleva un pantalón azul y una blusa de color tinto con su bolsa colgada del lado izquierdo).

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Cosas que han cambiado...

5) EXTERIOR, DÍA, CALLE

Una calle siendo arreglada y en proceso de construcción (de lo que parece ser la Línea 3 del Tren Ligero) mientras los carros circulan, se puede observar a varios TRABAJADORES con su uniforme. De fondo se escucha el sonido de taladros.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Y otras se están construyendo...

6) EXTERIOR, DÍA, CALLE

Una calle que está siendo arreglada y con diferentes señalamientos de desviación, se observan los carros que están incorporándose al carril que está en funcionamiento.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Pero también es cierto que en algunas...

7) EXTERIOR, DÍA, CALLE

Un acercamiento a una calle en donde se pueden apreciar los baches y una sombra de una motocicleta que está pasando por el lugar.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

...colonias, las calles están rotas...

8) EXTERIOR, NOCHE, PARQUE

Un parque solitario que cuenta solamente con un faro en el que la luz parpadea para después apagarse. Sonido de electricidad.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Las luces apagadas...

9) INTERIOR, DÍA, CASA

Se hace un acercamiento a una ventana en donde una SEÑORA de aproximadamente 60 años se asoma para mirar la calle (sin retirar completamente la cortina) como si estuviera preocupada por algo.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Y a veces sólo en casa nos sentimos tranquilos.

10) INTERIOR, DÍA, CAMIÓN

En el interior del camión que se encuentra casi vacío, se observa a una JOVEN de aproximadamente 23 años sentada cerca de la ventana (dando la espalda a la cámara) y volteando a la derecha observando el paisaje sin expresión alguna.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Así es como...

11) INTERIOR, DÍA, TREN LIGERO

En el interior del tren que se encuentra lleno. Se puede observar a una SEÑORA (ya mayor, de más de sesenta años) parada y agarrándose de un tubo a un lado de lo que parece ser su NIETO (aproximadamente ocho años) y haciendo que él tome un asiento.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

...vivimos hoy.

12) EXTERIOR, DÍA, CALLE

Se puede observar a un SEÑOR (ya mayor, de más de sesenta años, con bigote y con canas) caminando de frente por la calle y viendo hacia su derecha, detrás de él se puede apreciar la Plaza de la Bandera (sonidos de ambiente en el fondo).

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Pero si seguimos...

13) EXTERIOR, DÍA, PARQUE

Un NIÑO de aproximadamente 10 años se encuentra jugando a la pelota y la pateo, detrás de él se pueden observar dos bancas, en una se encuentra un SEÑOR leyendo un periódico y la otra se encuentra vacía, distintas personas pasan caminando (sonido de niños jugando).

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Trabajando juntos...

14) EXTERIOR, DÍA, PARQUE

Una NIÑA de 12 años recibe la pelota que previamente el niño pateó y la lanza (sonido de niños jugando).

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Mañana...

15) EXTERIOR, DÍA, PARQUE

Tres MUJERES se encuentran en una banca sentadas, una de ellas (de más de sesenta años) se encuentra tejiendo y entre sus pies se encuentra el balón que la niña lanzó. La SEÑORA le devuelve el balón a la niña y sonrío. Una señora y una joven se encuentran observando a los niños jugar sentadas en la misma banca mientras ambas sonrío (sonido de gente platicando y de ambiente).

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Podrá ser muy diferente.

16) INTERIOR, DÍA, MERCADO

RICARDO VILLANUEVA está de frente a la cámara, aparece sonriendo y dando un apretón de manos a alguien mientras da las gracias.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Soy Ricardo Villanueva...

17) INTERIOR, DÍA, MERCADO

Un SEÑOR y su HIJO están en el mercado. El NIÑO de aproximadamente 10 años se encuentra sentado en un montículo de costales que están en un diablito y saluda a las personas sonriendo, mientras que el PAPÁ empuja el diablito y sonríe. El SEÑOR tiene un mandil puesto. En el fondo sólo se observa a un SEÑOR (de edad mayor) en su puesto mirando al SEÑOR y al NIÑO sin expresión alguna.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

Y quiero resolver contigo...

18) INTERIOR, DÍA, MERCADO

Se vuelve a observar al niño montado en el diablito con costales y sonriendo mientras su PAPÁ lo empuja y el NIÑO lo voltea a ver. En el fondo solamente se pueden apreciar las siluetas de la gente que se encuentra en el lugar.

Voz en off de RICARDO VILLANUEVA:

... la ciudad de nuestros hijos.

19) EXTERIOR, DÍA, CALLE

Aparece RICARDO VILLANUEVA caminando lentamente por una calle mientras sonríe y observa el paisaje.

Voz en off:

Precandidato a presidente por Guadalajara, PRI.

Texto:

Precandidato a presidente por Guadalajara. Propaganda de precampaña dirigida a militantes y simpatizantes del PRI

7.5 Guion del spot “Cierra los ojos” (Enrique Alfaro)

voz en off de ENRIQUE ALFARO:

Cierra los ojos y recuerda cuándo fue la última vez que creíste, que soñaste...

Cuándo fue la última vez que luchaste por tus principios, por tus convicciones, la última vez que caminaste para exigir justicia... Para sentirte libre...

¡Cuándo fue la última vez que levantaste la mano para decir “ya basta”! Ahora abre los ojos. Es el momento de hacer lo correcto. Guadalajara tiene una nueva oportunidad.

Voz en off de MUJER:

Enrique Alfaro, Movimiento Ciudadano".

Paralelo a la voz en off de ENRIQUE ALFARO se intercalan las imágenes que se describen a continuación:

1) EXTERIOR, DÍA, PAISAJE A CAMPO ABIERTO

Vista de algunos edificios

Una mujer de edad madura de aproximadamente 31 años, de piel morena, con vestido color blanco y huaraches tradicionales, camina de forma jovial en un páramo desértico llevando una bandera de color naranja que lleva el emblema de un águila y las letras impresas de Movimiento Ciudadano. Al fondo se muestra una atmósfera lluviosa, el relieve de algunas montañas y un inmenso espesor de nubes.

Aparece una leyenda: “Cierra los ojos...”

2) EXTERIOR, DÍA, CORREDOR CENTRAL DE UNA HACIENDA

Un hombre de aproximadamente 40 años barbudo de piel morena vestido con camiseta color blanco y pantalón color negro, parado ondea una bandera color naranja con el emblema de un águila y las letras impresas de Movimiento Ciudadano en el corredor central de una hacienda.

3) EXTERIOR, DÍA, BANCA DE ALGÚN PARQUE

Un grupo de jóvenes de entre 16 y 18 años. Son dos mujeres, una vestida con vestido rojo y la otra con camiseta blanca; y dos hombres vestidos de color verde y blanco en su pantalón y camiseta. Sonríen. Se encuentran sentados en una banca. Los hombres sostienen una bandera color naranja mientras las mujeres expresan su aprobación levantando los pulgares.

4) EXTERIOR, DÍA, EXPLANADA

Cuatro hombres vestidos de camiseta blanca se encuentran alzando sus brazos a la multitud. Uno de ellos es ENRIQUE ALFARO, quien viste una camiseta que tiene en la espalda la leyenda “Enrique Alfaro, Presidente”.

5) EXTERIOR, NOCHE, EXPLANADA

Se muestra a ENRIQUE ALFARO, saludando amablemente a dos mujeres de 32 a 45 años. Una de ellas sostiene una sombrilla color verde con su mano izquierda.

6) EXTERIOR, DÍA, JARDÍN

Un mitin de aproximadamente de 60 personas, vestidas color blanco. Una de ellas lleva un megáfono.

7) EXTERIOR, DÍA, AVENIDA

Se muestra una multitud con playeras color blanco y con pancartas organizada en el carril derecho de la avenida, mientras el tránsito vehicular fluye por el carril izquierdo.

8) EXTERIOR, DÍA, AVENIDA

Un grupo de hombres vestidos con ropa blanca, de entre unos 32 a 57 años van caminando animadamente. El ambiente es soleado.

Fade out con la leyenda:

Precandidato a presidente municipal. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes de movimiento ciudadano.

- Se oscurece la pantalla en fade out.

9) EXTERIOR, DÍA, EXPLANADA

Se muestra a un grupo de militantes, vestidos con ropa tipo indígena. En el centro un hombre sostiene un sombrero autóctono. Acto seguido se muestran un grupo de personas vestidas de blanco.

Se muestra la leyenda: Precandidato a presidente municipal de Guadalajara. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes de Movimiento Ciudadano.

Minutos: del 0:14 a 0:19.

10) EXTERIOR, TARDE, EXPLANADA DEL HOSPICIO CABAÑAS

Se muestra a multitud agrupada en el centro, donde se muestra a un hombre de espaldas que lleva impreso en su camiseta, Enrique Alfaro, Presidente. Lo acompaña un camarógrafo.
Se muestra la leyenda: Precandidato a presidente municipal de Guadalajara. Propaganda dirigida a militantes y simpatizantes de movimiento ciudadano.
Minutos: del 0:19 a 0:21.

11) EXTERIOR, DÍA, FACHADA EXTERIOR DE UNA CASA ESTILO ESPAÑOL

Se muestra a un hombre pulcro de unos 43 años, vestido camisa blanca y traje color gris. Alza su mirada hacia el horizonte.

Se inscribe la leyenda: Abre los ojos...

12) EXTERIOR, DÍA, EXPLANADA DEL HOSPICIO CABAÑAS

Se muestra a un hombre de espalda a contraluz, de pie y rodeado de columnas. Al fondo se muestran edificios de gran extensión.

Se inscribe la leyenda: Abre los ojos...

13) CRÉDITOS-PRESENTACIÓN FINAL.

Se inscribe la leyenda: ALFARO GUADALAJARA, junto a un emblema circular color naranja. Minutos: del 0.26 al 0:28

14) CRÉDITOS- PRESENTACIÓN FINAL

Se muestra el logotipo de Movimiento Ciudadano.

Minutos del: 0:28 al 0:30.

