

Dr. Manuel Alejandro Guerrero

Evaluación del Nuevo Modelo de Comunicación del IFE

Análisis de Contenido Informe Final

31/XII/2012

Índice

1. Descripción
2. Objetivo específico del proyecto al que responde
3. Metodología
4. Muestra
5. Marco conceptual
6. Análisis de los spots
 - 6.1. Análisis cualitativo de los spots
 - 6.2. Tendencias: actores, locaciones recurrentes y contenidos dominantes
7. Conclusiones y recomendaciones
8. Bibliografía
9. Apéndices
 - 9.1. Ficha de análisis
 - 9.2. Tablas con el análisis de cada uno de los spots

1. Descripción: en esta investigación de corte cualitativo se busca analizar con detalle los contenidos de la publicidad institucional del IFE utilizados en el proceso electoral de 2012.

2. Objetivo específico del proyecto al que responde: evaluar qué tan apegados son los contenidos de la publicidad a los valores y actitudes que quiere promover el IFE.

3. Metodología: se realizó un diseño cualitativo para analizar los spots. Con base en el modelo de análisis textual (Cassetti y di Chio, 1999) y el modelo analítico de herramientas comunicacionales (García Beadoux y D'Adamo, 2006), se construyó una ficha de análisis¹ para identificar valores y actitudes presentes en los spots.

En función de lo anterior, se establecen los siguientes propósitos:

- Identificar los códigos de la realidad, códigos discursivos y códigos ideológicos presentes en la construcción del mensaje comunicacional propuesto.
- Detectar las estrategias discursivas implementadas para construir los mensajes que el IFE pretendía transmitir.
- Ubicar los encuadres y contenidos dominantes en los spots.

4. Muestra: 26 spots televisivos emitidos por el IFE durante campaña electoral federal de 2012². Selección de 10 spots más elegidos aleatoriamente del periodo comprendido entre 2009 y 2011. En total, la muestra comprende 36 spots.

5. Marco Conceptual: los spots son herramientas comunicacionales breves, concisas y con vida efímera. Tienen, además, una intencionalidad explícita que puede ser fácilmente reconocida. Apelan al público a través de mensajes que se encuadran en una determinada estrategia de comunicación institucional, política o partidista.

En este caso, se presenta el análisis de spots institucionales³ que difieren de los spots político-electorales en su intencionalidad partidista. Los spots institucionales pretenden

¹ Consultar en Apéndices

² Disponibles en la página oficial del IFE: <http://pautas.ife.org.mx/transparencia/pre/index.html>

persuadir a la población en su conjunto respecto de un bien común, la democracia, y los principios y valores que se desprenden de ella al mismo tiempo que la constituyen: participación, igualdad, tolerancia, pluralismo, libertad, garantías individuales y diálogo⁴. Están enfocados en alentar determinadas acciones y conductas ciudadanas que no se restringen únicamente al voto, sino que enfatizan la participación ciudadana en un contexto más amplio y que pretende operar en el largo plazo.

6. Análisis de los spots

En el presente apartado se presenta el análisis cualitativo y las tendencias de los spots. En los Apéndices pueden consultarse las tablas con el análisis formal de cada spot según las categorías que fueron establecidas en la ficha de análisis.

Número de spot	Nombre
1	Camino
2	Fútbol
3	Retrato
4	Pasto
5	Visitas
6	Preparación
7	Firulais
8	Planta
9	Lapsus
10	¿Qué hace el IFE?
11	Sorpresa
12	Carrera
13	Circo
14	Te lo dije
15	Lapsus Paipai
16	Lapsus Huave
17	Lapsus Seri

³ Como señalan Garrido, Ramos y Rodríguez, "Más allá de las cuestiones políticas, la publicidad institucional es un espejo donde se miran estado y ciudadano. [...En este sentido,] a través de la publicidad institucional se contribuye de forma fundamental a la construcción de una imagen públicas sobre las instituciones, la ciudadanía y las relaciones entre ambos" (2007: 378).

⁴ Salazar, Luis y José Woldenberg (S/F). Principios y valores de la democracia. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática.

18	Lapsus Huichol
19	Lapsus Totonaco
20	Lapsus Mazahua
21	Lapsus Mayo
22	Lapsus Tarahumara
23	Lapsus Chontal
24	Lapsus Tlapaneco
25	Familias México
26	Igual
27	Pescador
28	Jimador
29	Igualdad mujeres
30	Los jóvenes crecen
31	Credencial para votar
32	Votar para qué si todo va a seguir igual
33	Pasos firmes
34	Aquí voy yo
35	Pantallas, el poder es tuyo
36	Respetar la libertad de expresión

6.1. Análisis cualitativo de los spots

En el **Spot 1** se apela a la continuidad del sistema democrático y se ve a los ciudadanos caminar a lo largo de un sendero. Todo en animación, lo cual enfatiza un escenario aséptico, ubicuo, impersonal. Expresado así suena ambiguo: puede significar continuidad de un sistema democrático que ha existido siempre, pero también puede presuponer que a partir de que “todos vamos caminando en un mismo rumbo”, transitamos, ahora sí, “por el camino de la democracia”. Otro elemento significativo, que refuerza la idea de continuidad con el pasado es que del haz de caminos se toma el que está de frente al ciudadano, el cual continúa en línea recta el camino por el cual venía transitando. El relato verbal se refuerza con la representación gráfica de unos ciudadanos figurativos (muñecos de formas andróginas y color marrón clarito) que siguen una misma senda, todos juntos, hacia un lugar indefinido. Sin embargo, no es menor la síntesis de varios ciudadanos (la ciudadanía) en una sola figura (que se hace más grande, quizá señalando el engrandecimiento de la ciudadanía, la cual asume un nuevo rol, el de decidir qué camino seguir) que se sitúa “hace veinte años” ante un punto de encrucijada, donde, desde el punto de vista del ciudadano, divergen varios caminos. Hasta ahí, todo el camino era árido, de color

marrón. Cuando se decide "por el camino de la democracia", el camino reverdece y emergen flores. Aquí se refuerza la idea de que es la ciudadanía la que toma las decisiones. Ya no sólo se trata de decidir qué camino seguir, sino de "trazar" la ruta. La imagen de una ciudadanía activa, subraya una acción transparente, connotando la falta de transparencia del régimen previo a la formación del IFE. Se refuerza la idea de que el camino por la democracia no es un lecho de flores, si no que también se tienen que superar diversos obstáculos (en la imagen representados por piedras y lluvia en el camino). Esto puede connotar el desarrollo institucional del IFE a lo largo de sus veinte años de historia. En la Imagen, superados los obstáculos, se subraya la idea del camino elegido al dejarlo como el único camino posible, por donde la ciudadanía sigue paso a paso hacia un horizonte verde y luminoso. Tras los obstáculos, aparecen nuevamente varios ciudadanos/muñecos para realizar la misma operación que en un inicio: se fusionan en un sólo muñeco/ciudadano, que se hace más grande al sortear los obstáculos y continuar por el camino de la democracia. Cierra con la voz de la ciudadanía: "todos necesitamos del IFE" para dar lugar a la interpelación de la ciudadanía "el IFE necesita de todos".

En el **Spot 2** se utiliza una voz en off, que evoca las voces utilizadas en el cómic y acordes de piano que señala un anuncio importante. El texto y el tratamiento de la voz y la música establecen el tono y la intención del anuncio. Un ciudadano común se encuentra en la sala de su casa. Es interpelado para que cumpla con su responsabilidad cívica, por un interlocutor no identificado pero que se infiere que es el IFE. Aquí el IFE no sólo asume su papel como Instituto Electoral sino también como la voz de la conciencia de la ciudadanía. Se presenta la excusa del ciudadano común para no renovar la credencial para votar al inicio del spot para luego dar lugar a la voz en off, que es la voz del IFE, a través de la cual se informa a la ciudadanía sobre los tiempos y formas para renovar la credencial de elector y, al mismo tiempo, interpelar al ciudadano sobre su responsabilidad con el país, la cual se subraya con el slogan de cierre: "lo que hace grande a un país es la participación de su gente". Y, en el mismo slogan, se hace hincapié en la participación como valor democrático. El juego de cámara, plano y mirada (recursos narrativos audiovisuales) se vuelve significativo como visagra de cambio entre los dos discursos que componen el spot.

Como si ver un partido de fútbol no fuera suficientemente ridículo como excusa, ésta se acentúa cuando el partido de fútbol que está viendo el ciudadano es un partido de fútbolín.

Junto a los dos discursos verbales, la excusa del ciudadano y la interpelación del IFE, se presenta gráficamente la información que se requiere para cumplimentar el trámite de renovación de la Credencial para votar.

Al mismo tiempo, como si de un sello se tratara, se sobreimprime en el centro de la pantalla, sobre la escena del ciudadano/espectador de fútbol, la fecha límite para renovar la Credencial de elector. Esto con letras grandes en blanco con bordes rosa.

El discurso verbal, como en todos los spots del IFE, se presenta por escrito en el cintillo negro de la parte inferior de la pantalla. Esto es un elemento que contempla a los espectadores que no tienen capacidad de audición. Sin embargo, al incorporar de forma simultánea en este spot información en el cintillo negro de la parte superior, esto puede provocar ruido y dispersar la atención. Para resolver esto se requiere visionar varias veces el spot. Aquí, aunque la intención es buena, el resultado no lo es necesariamente.

El **Spot 3** presenta la misma estructura que el **Spot 2**, salvo que a quien se interpela es una ciudadana, también de clase media, que tiene como excusa a su familia. La ridiculización de la excusa, en este caso, remite a que si bien “la familia es primero”, como dice la ciudadana, la circunstancia en la que se presenta la familia no es prioritaria, puesto que la ciudadana está pintando un cuadro de su marido y sus hijos, los cuales están posando a desgana en el jardín de su casa.

El **Spot 4** presenta la misma estructura que los **spots 2 y 3**. Aquí se interpela a un ciudadano, también de clase media, que tiene como excusa podar el pasto. La ridiculización de la excusa, en este caso, se centra en los instrumentos que utiliza el ciudadano para podar el pasto. Así, sucesivamente, utiliza una tijera pequeña, una tijera grande, un machete, una tijera de podar y una motosierra.

Igualmente ocurre con el **Spot 5**. Tiene la misma estructura que los **spots 2, 3 y 4**. Aquí se interpela a un ciudadano, también de clase media, que tiene como excusa cocinar para las visitas que recibirá en su casa. Un matiz es que aquí se hace foco en la renovación. La ridiculización de la excusa, en este caso, se establece cuando el ciudadano afirma que tiene que “lucirse” con sus visitas a través de la comida que está preparando, mientras el relato visual nos muestra una alacena prácticamente vacía y la elaboración de un sándwich mal preparado como receta.

En el **Spot 6** se invita al ciudadano a participar de la jornada electoral en calidad de observador, además de su condición de elector. La representación visual de la invitación que el IFE hace a los ciudadanos a través de la voz en off se focaliza en la necesaria agudización del sentido de la

vista. Esto es obvio por cuanto la invitación del IFE es a que los ciudadanos participen como “observadores” durante la jornada electoral. Para ello, se recurre a objetos indicadores (anteojos, lupa, objetos o letras pequeñas) y elementos característicos del lenguaje audiovisual (enfocar-desenfocar /planos detalle o primerísimo primer plano). Se escoge a distintos actores para representar a los ciudadanos: una mujer mayor de 50 años y una mujer y dos hombres adultos, de entre 30 y 40 años. Primero se los presenta por separado, en situaciones cotidianas desempeñando distintos papeles para luego presentarlos caminando juntos, de forma decidida (expresada en el paso y la mirada), hacia la cámara, como si ésta fuera la jornada electoral. Al mismo tiempo, el relato visual nos propone el paso del ciudadano individual a la ciudadanía en su conjunto. Por otro lado, se establece una conexión con el primer spot en torno al concepto de camino (camino hacia la democracia, camino hacia la jornada electoral), lo cual le otorga coherencia a la campaña.

De nuevo, el **Spot 7** presenta la misma estructura que los **spots 2, 3, 4 y 5**. Aquí se interpela a una ciudadana, también de clase media, que tiene como excusa festejar el cumpleaños de un miembro de su familia. La ridiculización de la excusa, en este caso, se plantea cuando se descubre que Firuláis, el miembro consentido de la casa, es un perro.

El **Spot 8** recurre a la misma estructura que los **spots 2, 3, 4, 5 y 7**. Aquí se interpela a una ciudadana, también de clase media, que tiene como excusa perderse el crecimiento de su planta. No hace falta explicitar dónde se establece el sentido del ridículo.

El **Spot 9** podría titularse: “De la contemplación a la acción”. Esta es la síntesis del spot, que utiliza distintas metáforas para plantear que la democracia exige participación del ciudadano y no mera contemplación. De esta manera, se interpela al ciudadano individual en su responsabilidad colectiva. En este mensaje, a diferencia de los anteriores, hay dos mensajes claros: uno, el que apela a la responsabilidad del ciudadano y; dos, que la democracia es corresponsabilidad de todos y no sólo de una institución, es decir, del IFE.

El **Spot 10** pretende desmontar la creencia de que el IFE sólo organiza elecciones. Esto se plantea desde un inicio, con tino, al señalar que “algunos piensan...”, mensaje para el que está elaborado el spot. Es decir, el mensaje no sólo es claro en aquello que quiere comunicar, sino también a quiénes se lo quiere comunicar. Después de haber presentado una serie de spots donde el IFE aboga por la responsabilidad de los ciudadanos para con el país y el sistema

democrático, girando en torno al proceso electoral de 2012, en este spot el referente central es el propio IFE. Si bien este es un spot de autovalidación frente a la ciudadanía, no es arbitrario ni disonante con los spots previos, puesto que se mantiene el llamado a la participación del ciudadano. Así, el mismo spot forma parte del programa de educación cívica al que se alude en el spot, aunque no se lo conciba como educación formal o escolarizada. No obstante, el relato visual del spot hace hincapié en los espacios formales de educación cívica. Los actores presentes en el spot señalan la necesidad de educación cívica a ciudadanos de distintas edades y entornos. También se retoma la idea fuerza presentada en el primer spot: “el IFE es un organismo de ciudadanos para ciudadanos”. Se subraya la autonomía, el sentido y finalidad del Instituto. Todo esto “conforme a la ley”. Una vez más, la transparencia se hace presente, tanto como el instituirse como garante de la legalidad y la igualdad en la contienda electoral.

El **Spot 11** está dirigido y protagonizado por jóvenes. El mensaje es claro y preciso, llamando a los jóvenes a tramitar la credencial de elector si cumplen 18 años entre el 16 de enero y el 1 de julio de 2012. Esto se refuerza con un cierre explícito, en el momento en que un joven posa durante la toma de la fotografía para la credencial de elector. El tono del spot se aleja de la formalidad sin que ello vaya en desmedro de la seriedad e importancia de la información que se quiere transmitir. Esta propuesta narrativa no sólo pretende atraer a los jóvenes, sino que permite que éstos se reconozcan en la pantalla y como ciudadanos. Insistimos en que se hace un excelente aprovechamiento de la información a transmitir (cumplir años/votar) para dotar de un tono festivo al spot y, al mismo tiempo, trasladar esta festividad a la acción de votar. Es decir, votar es una fiesta.

El **Spot 12** persigue el mismo objetivo de la serie “excusas”, aunque no se utilice la misma entrada “Excusa N°...”. En este caso, el público objetivo son todos aquellos ciudadanos que tramitaron la credencial de elector pero que por distintos motivos no han concluido con el trámite, recogiendo el documento. Aquí se plantea, más que una excusa, la utilización del abandono de una carrera como metáfora de un trámite inconcluso. Y esto se presenta como un despropósito luego de haber hecho un gran esfuerzo para terminar abandonando a unos metros de la meta, en este caso, la jornada electoral de 2012.

En el **Spot 13**, la ventanilla del circo es una más de las múltiples ventanillas en donde los ciudadanos acreditan su identidad con la credencial de elector. Y es, también, una representación del lugar donde suele extraviarse el documento. En tal sentido, el vértigo de la

narración audiovisual, los distintos lugares donde puede extraviarse u olvidarse la credencial de elector, recupera el vértigo de la vida cotidiana en las grandes ciudades del país, al mismo tiempo que naturaliza el extravío del documento. Esto último, por un lado, es positivo en tanto que puede colaborar a disminuir la culpa de quien extravió su credencial de elector, pero por otro, puede generar en el ciudadano despreocupación respecto del documento en tanto que se plantea de fácil reposición. No obstante lo anterior, el spot cumple con el objetivo de llamar a los ciudadanos a estar en condiciones de votar, es decir, a tener (y a tener vigente) su credencial de elector. Al igual que en el spot 11, “Sorpresa”, el cierre del spot enfatiza la acción que propone el mensaje: una mujer se sienta y sonríe para tomarse la foto para su credencial de elector.

El **Spot 14**, Te lo dije, apela al remordimiento que sentirá el ciudadano si no hace lo que le han dicho que haga. Y, tras la teatralización del “te lo dije”, cantado por un tenor y anunciado con luces de neón en la pared de la sala de la casa de quien no pudo votar, se hace un llamado a los ciudadanos a constatar que sus datos estén correctos en el padrón electoral, así como la forma para hacer dicha revisión.

Nuevamente, el spot apela a la responsabilidad del ciudadano frente al proceso electoral y la necesidad de tomar un rol activo en el mismo.

Los **Spots 15-24** son una traducción del **Spot 9**, titulado Lapsus, a diez idiomas indígenas: paipai, huave, seri, huichol, totonaco, mazahua, mayo, tarahumara, chontal y tlapaneco.

En el **Spot 25**, mientras el relato visual nos proporciona la emoción de una familia reunida y emocionada por el retorno del migrante, el mensaje persigue otro objetivo: informar al migrante sobre sus derechos como ciudadano mexicano ante el próximo proceso electoral. Para ello se decide un proceso de comunicación en dos pasos, teniendo como destinatario del spot a los familiares del migrante y como destinatario final de la información al propio migrante. Esta es una decisión pertinente si el IFE no puede contratar espacios publicitarios fuera de México. De lo contrario, debería revisarse esta decisión. Por otro lado, si bien es cierto que el mayor número de mexicanos que vive en el exterior es un ciudadano de clase baja, este spot los estigmatiza al mismo tiempo que excluye a otros mexicanos que viven fuera y que no corresponden ni a la clase social que se presenta ni a la situación que supone. En este sentido, el spot, sin decirlo, se centra en un determinado tipo de migrante y no en el conjunto de mexicanos que vive fuera de México. Esto, sobre todo, porque si bien el relato verbal tiene un tono genérico, apelando a

familiares y amigos de ciudadanos que viven en el extranjero, el relato visual se concentra en el encuentro de un migrante con su familia.

En el **Spot 26**, si bien se resaltan dos valores democráticos, igualdad y participación, es la igualdad entre hombres y mujeres el valor predominante en el mensaje. Esta igualdad ante el proceso electoral tiene su espejo en diferentes situaciones y roles donde hombres y mujeres los desempeñan sin distinción. Si bien se establece desde un inicio que mujeres y hombres son diferentes y que no siempre están de acuerdo, esto no significa que no tengan los mismos derechos y obligaciones. Esto ayuda, por contraste, a subrayar la igualdad ante la ley. Por otro lado, aunque en el discurso verbal se hace referencia a la igualdad entre hombres y mujeres, en el discurso visual se pueden identificar, a partir de las diferencias, la igualdad de derechos de mujeres y hombre urbanos y campesinos, con capacidades diferentes, indígenas, adultos mayores y jóvenes, estudiantes y trabajadores, de diferentes oficios y profesiones y clases sociales.

En el **Spot 27** se muestra la conversación con un pescador que está en plena faena, con sus compañeros, arriba de la embarcación. La cámara subjetiva simula la presencia de la persona con la que este pescador está conversando. En el medio de la conversación, el pescador explica cómo motiva a su familia a ir a votar. Pero comenta que una vez llegado el momento, la decisión es individual. Cada quien decide su voto. Así pues, la intención es mostrar a un hombre común y corriente, que asume su obligación como ciudadano de participar en los procesos electorales en la elección de los gobernantes. Se asume, como coloquialmente señala, como un granito de sal. Es decir, como un ciudadano más que en conjunto elige por quién desea ser gobernado. El mensaje es simple y claro e intenta interpelar a otras personas que, como este pescador, asume la importancia de la participación de todos en la construcción de la democracia.

El **Spot 28** es muy parecido al 27. Sólo que aquí cambia el actor principal. No es un pescador, sino un jimador. Misma situación. Se muestra al hombre en el campo, en plena labor, un hombre sonriente que parece gustar de su trabajo, sencillo, franco, sonriente y bromista. Conversa con la cámara subjetiva que evoca la presencia de otra persona que está ahí atrás de la cámara. En el medio de la conversación también expresa la convicción de que su voto es decisivo. Se asume como parte de un actor participativo de los procesos electorales. Entiende que forma parte de una colectividad más amplia en donde su participación es importante. Además subraya la idea de que con su voto, gana el país, en sintonía con el slogan del IFE, que dice que “ganamos

todos". También el mensaje es simple, claro, directo y busca sintonizar con gente sencilla, de ámbitos no urbanos, con oficios del campo, pero que debe sentirse interpelada por estos procesos de participación ciudadana.

En el **Spot 29** la intención es subrayar la condición de igualdad de hombres y mujeres ante la ley. El spot comienza con un "triumfo" del hombre. No es un "triumfo" de la mujer, sino una aceptación del hombre. "El triunfo" es el nombre de la carnicería de la cual es dueño o empleado el enunciador del discurso y aparece escrita en la pared que está detrás de él. Esto refuerza y da pie al enunciado. Lo mismo sucede con el enunciado del segundo hombre, el enunciatario, que demuestra su fuerza física al cargar un atado de plantas de maíz en la cosecha, contrastando con el discurso verbal donde sostiene que "su fuerza" es respetar la decisión de sus hijas. Una vez más, es el hombre el que tiene que "reconocer" o "aprender". El contraste entre la situación en que se presenta al enunciatario (en su lugar de trabajo) y el discurso verbal que sostiene, se encuadra también en la referencia a la familia representada en fotografías que se exhiben en el marco del hogar. Esto refuerza la sentencia de la voz en off, que es la voz del IFE, que se intercala entre los enunciatarios: "En la segunda parte del spot aparece una enunciataria, donde ahora sí, en primera persona, es la mujer quien señala como un "logro propio" (no otorgado ni reconocido por los hombres) el conocer y hacer valer sus derechos. Para darle mayor peso al testimonio de los enunciatarios (hombres y mujeres) se incorpora el nombre y el rol que desempeñan en su vida cotidiana (carnicero, campesino, maestra de clavados). Es notable que los hombres representan empleados, comerciantes o campesinos. Mientras que la mujer es una profesional. Aquí encontramos un estigma respecto de la condición o clase social. Resulta evidente, finalmente, la decisión de colocar el término mujer antes que el de hombre, asumiendo un discurso políticamente correcto: "mujeres y hombres". El cierre, siguiendo con lo políticamente correcto, invierte los términos, pero ya no se trata de mujeres y hombres, sino de "todos y todas". Con el cierre "nuestra democracia crece", afirma el valor de la igualdad entre mujeres y hombres ante la ley. Pero también, la igualdad en el día a día, en la cotidianidad familiar y la relación de pareja. Por eso, la voz en off del IFE señala en un principio que "la igualdad entre mujeres y hombres empieza en casa". Es decir, la democracia de la que estamos hablando excede el ámbito electoral, aunque éste sea el objeto del IFE.

El **Spot 30** proyecta la imagen de grupos de jóvenes que se localizan en espacios urbanos, propios de actividades juveniles (skaters/concierto). El discurso verbal del primer enunciatario "con ganas, pa' adelante" se escenifica con el esfuerzo que supone un salto de skater. Lo mismo

sucede la con la segunda enunciataria, quien dice “expresándonos más fuerte”, simulando la acción de gritar en medio de un concierto. La “jovialidad” de los escenarios y las situaciones persiste en la actitud con la que un grupo de jóvenes sale de un módulo del IFE con su credencial para votar. Finalmente, la participación no sólo es necesaria para el crecimiento de la democracia del país, sino para el propio crecimiento de los jóvenes. Un detalle significativo respecto de los recursos audiovisuales es que, a diferencia de otros spots, en éste (y en toda la serie de la que forma parte) la música no está tan de fondo, si bien sigue cumpliendo el rol de cortina musical. Esto pretende generar atracción y reconocimiento por parte de los jóvenes a quienes va dirigido el spot.

El **Spot 31** está protagonizado y dirigido a jóvenes. Primero se los muestra en espacios urbanos, fundamentalmente, y rurales (una de ellas), representando diversas actividades y rutinas cotidianas, con planos generales, contextualizándolos. Luego, cuando esos mismos jóvenes pronuncian el discurso verbal, se cambia a un formato de primeros y medios planos. Respecto de los recursos audiovisuales, es interesante que el cambio de enunciatario esté operado por la acción de correr o mover el plano por parte de los propios enunciatarios, quienes toman la voz sucesivamente, hilvanando un solo discurso con voces y actores múltiples. Esto refuerza la idea de que “la democracia es cosa de todos”. Al mismo tiempo, la diversidad de escenarios y situaciones cotidianas, subraya la idea de que “la democracia es cosa de todos los días”. La música, como es común a todos los spots dirigidos y protagonizados por jóvenes, deja de ser telón de fondo para ser mucho más protagonista de la narración audiovisual. Esto, como ya hemos señalada, pretende atraer a los jóvenes a través de la operación de reconocimiento. Finalmente, la recurrencia al “hoy” en las frases o fragmentos de frase de los distintos enunciatarios, es un dispositivo de continuidad tanto como un llamado de atención a que el tiempo llegó, que no se debe esperar más para tramitar la credencial. Y, al mismo tiempo, constata y señala el acceso de estos jóvenes a otra etapa de sus vidas, cuando ya son responsables de sus propias decisiones y, con ello, ciudadanos con derechos para decidir sobre la vida pública.

El **Spot 32** pretende rebatir el discurso de que a los jóvenes todo les da igual, que no les interesa política y, por tanto, el destino del país. Y, justamente, cuestionando a sus mayores, cuya experiencia les decía que todo seguiría igual. El cambio generacional es también el cambio de la vida democrática del país. El escenario es una cancha de básquetbol. Los actores del diálogo están en la banca, observando el juego y hablando sobre la necesidad de participar, a

pesar de lo que le han repetido sus padres. El valor de la participación encuentra su mayor referencia al señalar que no hay que esperar que otros cambien las cosas. Si se pretende el cambio, éste tiene que buscarse. Si bien el diálogo presenta una construcción pertinente, la situación en la que se produce no guarda relación con la realidad. Es decir, no es creíble que dos chavos hablen sobre la importancia de participar en las elecciones en medio de un partido de básquetbol. No es que no pueda suceder, pero dista mucho de lo imaginable.

En el **Spot 33**, a propósito del aniversario 18 del IFE, se hace hincapié en que la democracia la hacemos todos, que el IFE no puede tener éxito sin la participación de todos los ciudadanos. Se subraya el objetivo del IFE: la democracia. Y, explícitamente, se afirma la idea de que la democracia se construye. Esa construcción ha sido conjunta, no ha sido responsabilidad exclusiva del IFE, sino también de la ciudadanía. No obstante, el spot señala el papel relevante del IFE para dicha construcción democrática. Una construcción que no se ha concluido. Y, por eso, se retoma la idea fuerza de camino. Un camino por el cual se debe continuar y hacerlo de forma conjunta con la ciudadanía. La voz en off es la voz del IFE que interpela a la ciudadanía. El discurso visual se centra en el caminar de la gente, de la ciudadanía. Se pasa de un escenario urbano a un escenario abstracto, sin referencia, con un entorno en blanco, donde se pasa de un primer plano de las piernas de las personas caminando sin ninguna orientación a un plano cenital donde estas mismas personas confluyen formando el número 18. En definitiva, el camino de la gente es el camino del IFE en los 18 años de existencia.

El **Spot 34** es un llamado a la responsabilidad del ciudadano para que tenga su documentación en regla para poder votar. Especialmente, se centra en la actualización de la credencial para votar.

El **Spot 35** muestra durante el momento del desayuno, múltiples receptores, situados en diferentes hogares o cafés, todos prestan atención al discurso propuesto desde la “pantalla”. Y asienten con gestos corporales, compartiendo lo que afirma el presentador de la televisión. Aquí está presente el imaginario de la relación de la TV y otras pantallas con los receptores, lo cual no es necesariamente como se representa en la narración audiovisual. Por otro lado, como si se tratara de un mensaje por cadena nacional, el spot para omnipresente en las diversas pantallas y situaciones. Esto puede resultar inverosímil, especialmente cuando se trata de una pantalla de computadora en un cibercafé. No obstante ello, este rasgo de omnipresencia permite al IFE no sólo apelar a la participación, sino también afirmar el valor de la pluralidad. Si bien el spot

interpela a la ciudadanía para hacerla consciente del poder que entraña su participación en los procesos electorales, también señala que ésta cuenta con el IFE como una herramienta para ejercer ese poder.

En el **Spot 36** se muestra la pluralidad se representa en la narración visual, en la diversidad de voces y, evidentemente, en el discurso verbal. Una particularidad de este relato, a diferencia de todos los otros spots analizados, es que no aparecen personas/actores representados en el mismo. El objetivo central del spot es la difusión y afirmación de los valores democráticos. Finalmente, el cierre del spot traslada la voz de la pantalla a la madre de familia que ve la TV en un escenario abstracto, donde se emplazan varios televisores, para rematar el slogan de la campaña “Y crecemos todos”. Los contrastes entre silencio y exigencia, indiferencia y participación, constituyen una herramienta pedagógica que aporta claridad y precisión al mensaje que se pretende transmitir.

6.2. Tendencias: actores, locaciones recurrentes y contenidos dominantes

Tal como se puede apreciar en el Cuadro 1, la presencia de actores en los spots está dominada por jóvenes, familias, niños y ciudadanos comunes. Resulta interesante destacar aquí que el IFE refuerza, además, el discurso de la familia nuclear (mamá, papá e hijos) y no muestra ningún modelo familiar distinto (monoparental, etc.). Llama la atención, pues en aras de la diversidad de familias existentes en el país, debería comenzarse a mostrar otros modelos alternos de familia.

Por otro lado, parece balanceada la presencia de mujeres y hombres. Pero llama la atención que la presencia de ancianos sean mujeres y sea éste el único caso en el que además se muestra la discapacidad. Es el caso del Spot 6, Preparación, en el que aparece una mujer de la tercera edad en silla de ruedas.

Sólo hay un caso en el que aparecen indígenas en los spots. Esto también llama la atención, pues a pesar de la traducción a diez idiomas indígenas del Spot Lapsus, no hay más que el caso de otro spot, concretamente el Spot 26 que muestra a estos actores sociales. De esta manera, constatamos una subrepresentación de los mismos. Asimismo, hubo dos spots en donde se mostraron trabajadores de ámbitos rurales. Son igualmente pocos en comparación con los ciudadanos comunes que aparecen contextualizados en ámbitos urbanos. En todo caso, habría que incorporar más actores de este tipo en próximas series de spots.

Actores

¿A quién se ve en los spots?	En # de los spots analizados
Ciudadanos comunes	15
Familias	14
Mujeres	8
Hombres	10
Ancianos	0
Ancianas	1
Niños	14
Indígenas	1
Trabajadores de ámbitos rurales	2
Jóvenes	18

CUADRO 1

Se observa, de acuerdo a los datos mostrados en el Cuadro 2, que hay dos espacios recurrentes en donde se llevan a cabo las locaciones de los spots analizados: escenarios rurales y el hogar. Este último parece ser el lugar privilegiado en donde tienen lugar las acciones de los spots, si tomamos en cuenta que los escenarios rurales aparecen en la variante del spot Lapus⁵.

Locaciones

Espacios en que tiene lugar la acción	En # de los spots analizados
Aeropuerto/central camionera	1
Aula/escuela/universidad	3
Entorno deportivo	3
Escenario rural	13
Escenario urbano	6
Entorno natural (parques, plazas)	4
Fuera o dentro de instituciones como el Congreso, la Casa de Gobierno, etc.	0
Hogar/casa de familia	10
Oficina/lugar de trabajo	5

CUADRO 2

⁵ Este spot se traduce a diez idiomas indígenas, consignados en los Spots 15-24. Por eso se eleva el escenario rural en donde tiene lugar este spot.

Los contenidos dominantes, como puede constatarse en el Cuadro 3, son: acción colectiva, responsabilidad ciudadana y participación. Es consecuente que sea así, toda vez que uno de los valores más resaltados en los spots revisados es éste último. Se apela a la colectividad para resolver problemas cotidianos, evocando a partir de la idea del: entre todos podemos salir adelante, construyendo un país, consolidando nuestra democracia. Por otro lado, la responsabilidad ciudadana es otro contenido dominante en los spots analizados. Se interpela al ciudadano desde el lugar en que, como individuo, debe responder a los compromisos que la ciudadanía trae consigo. En particular con el asunto de: la revisión de su nombre en el padrón, la vigencia de su credencial para votar, completar los trámites para gestionarla y sacarla por primera vez.

El valor de la igualdad y el de la transparencia están presentes, tal como puede verse en las correspondientes fichas, en los Spots 1, 25 y 26. En el primer caso, el contenido dominante, además de la acción colectiva, es el que resalta la importancia de las instituciones en la vida democrática de un país. El Spot 25 enfatiza el valor de la igualdad. Y el contenido dominante ahí es “información a terceros”, pues se trata de un mensaje que fundamentalmente provee información a los migrantes sobre el trámite para su credencialización. Finalmente, el Spot 26 pone también como valor el de la igualdad a través del contenido dominante de la acción colectiva. La participación de la gente se hace visible a través de los actores que en este spot aparecen (hombres, mujeres, jóvenes, indígenas, etc.). Esta multiplicidad de actores enfatizan la idea de la colectividad: el país se contruye entre todos.

Contenidos dominantes

Espacios en que tiene lugar la acción	En # de los spots analizados
La acción colectiva	20
Responsabilidad individual ciudadana	11
Importancia de la participación en los procesos electorales	3
Importancia de las instituciones en la vida democrática de un país	2

Información a terceros	1
Participación	7

CUADRO 3

La mayoría de los spots interpelan al ciudadano desde un lenguaje (visual y verbal) positivo que busca exhortar, informar y, en general, propiciar la responsabilidad y participación. Incluso en el caso de la serie de spots “excusas” (Spots 2, 3, 4, 5, 7 y 8) que se construyen a partir de un encuadre negativo, dado que se muestra a los ciudadanos argumentando una serie de razones que les impiden ir a sacar su credencial para que puedan ejercer su derecho al voto. Ponen en evidencia estas actitudes negativas con que los sujetos suelen excusarse para no asumir su responsabilidad. Este recurso discursivo sirve para que, al final el cierre directivo sea positivo e incite a la responsabilidad y participación ciudadana. Este cierre se logra gracias a los recursos gráficos (información precisa para realizar el trámite y fechas límite para hacerlo) y la voz en off (que le recuerda a los actores en escena su responsabilidad y les pide dejar de lado las excusas).

7. Conclusiones y recomendaciones

- El primer elemento que deseamos resaltar es la claridad del mensaje de los spots y la consistencia en el formato (lenguaje audiovisual).
- La redundancia es positiva en cuanto al establecimiento de una idea, la transmisión de información y la apelación al valor democrático de la ciudadanía.
- Esto que puede ser una cualidad, puede terminar siendo un ruido de fondo cuando deja de llamar la atención del ciudadano.
- Sugerimos que debe medirse en función de la pauta de programación de los spots (días, horas, repeticiones, duración de la campaña).
- Los encuadres son todos positivos, tanto el visual como el verbal. Esto es así dado el papel de los spots institucionales que buscan encuadrar sus mensajes en valores positivos e información inherente a la organización de la vida democrática de un país.
- Los spots siguen el orden lógico del proceso electoral desde la perspectiva del IFE. Primero se establece un vínculo necesario entre el ciudadano, el IFE y el sistema

democrático, además de ubicarlo en el plano histórico del país pero siempre en relación con el presente. Aquí no habla de la ciudadanía en su conjunto.

- En un segundo momento se apela a la responsabilidad del ciudadano en términos individuales: estar en condiciones de votar es su responsabilidad. Cumplir con los trámites necesarios en tiempo y forma, también.
- En el spot 6, cambia. Nos introduce en un tercer momento: la "preparación" de la jornada electoral, aunque siempre manteniendo el foco en el papel del ciudadano y su responsabilidad no solo con la jornada electoral, sino también y fundamentalmente con la democracia y su país. En este sentido, se mantiene la apelación al ciudadano en términos individuales, pero ya no sólo como elector sino como posible observador del proceso electoral. Es decir, se apela al ciudadano más allá de su rol de votante, ahora se o invita a desempeñar un segundo papel, el de observador.
- En cuanto a los spots "lapsus" en distintas lenguas indígenas, lo más significativo es que no hay una presencia indígena significativa. Este sí es un "lapsus". Por otro lado, si bien la intención es buena, en el spot no sólo no se incorporan actores indígenas, hablando su lengua, sino que no se incorporan los escenarios y situaciones en que viven estos pueblos indígenas.
- Esto conlleva a una falta de reconocimiento hacia ellos, por un lado, y de ellos para con lo representado en el spot. También sería pertinente reflexionar sobre la concepción de democracia que impera en el spot y la que tienen los diferentes pueblos indígenas.
- Por otro lado, cabe preguntarse por qué se traduce a distintas lenguas indígenas solamente este spot. ¿Es más importante que los demás? Seguramente no. La respuesta no debería ser presupuesta. Al contrario, si se pretende formar a los ciudadanos mexicanos en torno a los valores democráticos, la igualdad no sólo no se establece sino que se subraya al incorporar un paliativo como la traducción de un solo spot.
- Sugerimos ampliar la serie de spots como el 27 y 28, en donde se muestran trabajadores en ámbitos rurales. El jimador y el pescador pueden interpelar de manera directa a esos ciudadanos comunes, cuyas actividades son centrales y no forman parte del ámbito urbano. Resultan mensajes claros y directos que pueden funcionar justamente por la naturalidad con que está construido el mensaje.
- Debería seguirse enfatizando la presencia de jóvenes en los spots. Podrían incluso ampliarse los contextos en que estos actores aparecen, igualmente, no sólo en ámbitos urbanos. Valdría la pena continuar diversificando la realidad juvenil representada en próximos spots, toda vez que el padrón electoral sigue incrementándose con jóvenes que representan un porcentaje importante.

8. Bibliografía

Casetti, F. y Francesco di Chio (1999) **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación**, Paidós, Barcelona.

García Beadoux, V. y Orlando D'Adamo (2006) "Comunicación política y campañas electorales. Análisis de una herramienta comunicacional: el spot televisivo", en **Polis**, UVol. 2, Número 2, pp. 81-111, Universidad de los Lagos, Centro de Investigación Sociedad y Políticas Públicas, Los Lagos, Chile.

Garrido, Manuel, Ramos, Marina y Juan Carlos Rodríguez (2007) "Análisis de la publicidad institucional del Estado Español: objetivos y cualidades discursivas", en **Comunicación**, N° 5, 2007, Universidad de Sevilla, Sevilla. pp. 377-389.

Salazar, Luis y José Woldenberg (S/F). **Principios y valores de la democracia**. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática. IFE: México. http://www.ife.org.mx/documentos/DECEYEC/principios_y_valores_de_la_democ.htm (Fecha de consulta: 15 de noviembre de 2012).

9. APENDICES

9.1. FICHA DE ANÁLISIS

Categorías

1. No. de spot
2. Título del spot
3. Valores de la democracia resaltados en el spot
 - 3.1. Tolerancia
 - 3.2. Pluralismo
 - 3.3. Igualdad
 - 3.4. Participación
 - 3.5. Libertad
 - 3.6. Garantías Individuales
 - 3.7. Diálogo
4. Actores
 - 4.1. Ciudadanos comunes son quienes hablan en el spot
 - 4.2. El candidato es quien habla en el spot
 - 4.3. Un dirigente político es quien habla en el spot
 - 4.4. Un miembro de la familia
 - 4.5. Una celebridad
 - 4.6. Amas de casa
 - 4.7. Padres de familia
 - 4.8. Hijos
 - 4.9. Indígenas
 - 4.10 Hombres trabajadores del ámbito rural (jimadores, pescadores, campesinos)
 - 4.11. Jóvenes
 - 4.12. 1-10 en animación por computadora
5. Códigos de la realidad
 - 5.1. Verbales (lo que se dice: diálogos)
 - 5.2. No verbales
 - 5.2.1. Una voz en off
 - 5.2.2. Hay presencia de símbolos nacionales
 - 5.2.3. Los actores hacen contacto visual con la audiencia
 - 5.2.4. Los actores tienen una expresión facial sonriente
 - 5.2.5. Los actores tienen una expresión facial atenta o de seriedad
 - 5.2.6. La vestimenta de los actores es formal
 - 5.2.7. La vestimenta de los actores es informal
 - 5.2.8. Algunas imágenes con vestimenta formal mezcladas con imágenes informales
 - 5.3. Espaciales
 - 5.3.1. Aeropuerto/ central camionera

- 5.3.2. Aula/escuela/universidad
- 5.3.3. Casa del candidato
- 5.3.4. El candidato en rally o escenario de campaña
- 5.3.5. Entorno natural (parques, plazas)
- 5.3.6. Entorno deportivo
- 5.3.7. Escenario rural
- 5.3.8. Escenario urbano
- 5.3.9. Fuera o dentro de instituciones como el Congreso, la Casa de Gobierno, etc.
- 5.3.10. Hogar/casa de familia
- 5.3.11. Hospital
- 5.3.12. Oficina/lugar de trabajo
- 5.3.13. País extranjero

6. Códigos Discursivos

6.1. Visuales

- 6.1.1. Primer plano o plano corto
- 6.1.2. Plano medio
- 6.1.3. Plano largo
- 6.1.4. Cámara lenta
- 6.1.5. Pantalla dividida
- 6.1.6. Utilización de recursos tecnológicos en los spots (animación, efectos especiales, etc.)
- 6.1.7. Utilización del slogan en el spot
- 6.1.8. Utilización de símbolos partidarios en el spot

6.2. Gráficos

- 6.2.1. Slogan del instituto
- 6.2.2. Slogan de alguna otra institución

6.3. Sonoros

- 6.3.1. Música de fondo
- 6.3.2. Música natural

7. Códigos ideológicos

7.1. Encuadre

- 7.1.1. Visual Positivo
- 7.1.2. Visual Negativo
- 7.1.3. Verbal Positivo
- 7.1.4. Verbal Negativo

7.2. Contenido dominante en el spot

- 7.2.1. La acción colectiva
- 7.2.2. Responsabilidad individual ciudadana
- 7.2.3. Importancia de la participación en los procesos electorales
- 7.2.4. Importancia de las instituciones en la vida democrática de un país
- 7.2.5. Información a terceros
- 7.2.6 Participación

9.2. TABLAS CON EL ANÁLISIS DE CADA UNO DE LOS SPOTS

No de Spot	1	
Título del spot	Camino	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Democracia y transparencia	
Actores	Ciudadanos comunes son quienes hablan en el spot (en animación por computadora)	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Hace veinte años, los ciudadanos formamos el IFE y decidimos continuar por el camino de la democracia.</p> <p>Nos trazamos una ruta donde cada paso representa una cuenta clara.</p> <p>Un sendero donde la transparencia guía nuestro actuar.</p> <p>Y no importa con cuantos obstáculos nos crucemos, ese camino elegimos y en él seguiremos trabajando.</p> <p>Porque todos necesitamos del IFE, pero sobre todo, el IFE necesita de todos.</p>
	No verbales	La voz en off es la voz del ciudadano.
	Espaciales	Escenario rural (en animación)
Códigos Discursivos	Visuales	Utilización de recursos tecnológicos en los spots (animación) Plano largo
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	Visual positivo Verbal positivo
	Contenido dominante en el spot	Acción colectiva Importancia de las instituciones en la vida democrática de un país

No de Spot	2	
Título del Spot	Fútbol	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)	
Actores	Ciudadano común. Hombre.	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Híjole, la verdad no creo poder ir a actualizarla hoy, eh.</p> <p>Estoy esperando ver un partido importantísimo que no me puedo perder ni de loco, eh.</p> <p>Venga, venga (cambia de interlocutor, aquí le habla al televisor, alentando a los jugadores del partido que está viendo)</p> <p>El 15 de enero se acaban las excusas y el tiempo para actualizar el domicilio de tu credencial para votar.</p> <p>Así que acude a cualquier módulo del IFE de tu estado antes del 15 de enero, haz el trámite y vota donde te corresponde en las elecciones del 2012.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>
	No verbales	<p>Dirección de página web, teléfono IFETEL, sentencias: "haz una cita" y "lleva tus documentos originales."</p> <p>Voz en off</p>
	Espaciales	<p>Interior, sala...</p> <p>Hogar/casa de familia</p>
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Sala clase media.</p> <p>Plano medio</p> <p>Plano largo</p> <p>En ángulo picado, primer plano del ciudadano cuando expone la excusa y apertura a plano general de la sala cuando el IFE expone la información.</p>
	Gráficos	<p>Excusa N° 283</p> <p>Haz una cita (ang. Superior izquierdo)</p> <p>Lleva tus documentos originales (ang. Superior izquierdo)</p> <p>IFETEL 01800 433 2000</p> <p>IFE, Instituto Federal Electoral</p>
	Sonoros	<p>Música de fondo, que aporta continuidad y deja en segundo plano al ciudadano/espectador de fútbol.</p>
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual negativo</p> <p>Verbal negativo</p>
	Contenido dominante en el spot	<p>Responsabilidad individual ciudadana</p>

No de Spot	3	
Título del Spot	Retrato	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)	
Actores	Ciudadana común, protagonista, junto a su familia (clase media)	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>No, no puedo ir hoy por mi credencial, es que no he terminado.</p> <p>Y la familia es primero.</p> <p>Mi amor, levanta las uvas. Pero no te tapes la cara.</p> <p>El 15 de enero se acaban las excusas y el tiempo para actualizar el domicilio de tu credencial para votar.</p> <p>Así que acude a cualquier módulo del IFE de tu estado antes del 15 de enero, haz el trámite y vota donde te corresponde en las elecciones del 2012.</p> <p>Alexan..., a dónde vas. (Cierre de la excusa)</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>
	No verbales	<p>Dirección de página web, teléfono IFETEL, sentencias: "haz una cita" y "lleva tus documentos originales."</p> <p>Voz en off</p>
	Espaciales	Hogar/casa de familia
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Exterior, jardín privado casa de clase media. Primer plano de la ciudadana cuando expone la excusa y apertura a plano general del jardín, la familia y la escena cuando el IFE expone la información.</p> <p>Primer plano o plano corto</p> <p>Plano medio</p>
	Gráficos	<p>Excusa N° 109</p> <p>Haz una cita (ang. Superior izquierdo)</p> <p>Lleva tus documentos originales (ang. Superior izquierdo)</p> <p>IFETEL 01800 433 2000</p> <p>IFE, Instituto Federal Electoral</p>
	Sonoros	Música de fondo, que aporta continuidad y deja en segundo plano a la ciudadana y su familia.
Códigos ideológicos	Encuadre	<p>Visual negativo</p> <p>Verbal negativo</p>
	Contenido dominante en el spot	Responsabilidad individual ciudadana

No de Spot	4	
Título del Spot	Pasto	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)	
Actores	Ciudadano común (clase media)	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Uff, la credencial...</p> <p>Bueno, mañana voy.</p> <p>Es que hoy tengo que podar el pasto.</p> <p>A ver, por dónde empezamos...</p> <p>Mi amor, levanta las uvas. Pero no te tapes la cara.</p> <p>El 15 de enero se acaban las excusas y el tiempo para actualizar el domicilio de tu credencial para votar.</p> <p>Así que acude a cualquier módulo del IFE de tu estado antes del 15 de enero, haz el trámite y vota donde te corresponde en las elecciones del 2012.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>
	No verbales	<p>Dirección de página web, teléfono IFETEL, sentencias: "haz una cita" y "lleva tus documentos originales."</p> <p>Voz en off</p>
	Espaciales	Exterior, jardín privado casa de clase media.
	Visuales	Primer plano o plano corto Plano medio
Códigos Discursivos	Gráficos	<p>Excusa N° 143</p> <p>Haz una cita (ang. Superior izquierdo)</p> <p>Lleva tus documentos originales (ang. Superior izquierdo)</p> <p>IFETEL 01800 433 2000</p> <p>IFE, Instituto Federal Electoral</p>
	Sonoros	Música de fondo, que aporta continuidad y deja en segundo plano al ciudadano.
Códigos ideológicos	Encuadre	Visual negativo Verbal negativo
	Contenido dominante en el spot	Responsabilidad individual ciudadana

No de Spot	5	
Título del Spot	Visitas	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)	
Actores	Ciudadano común (clase media)	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Uy...</p> <p>No, la verdad es que hoy no puedo ir a renovarla.</p> <p>Es que estoy esperando visitas y tengo que lucirme en la cocina.</p> <p>El 15 de enero se acaban las excusas y si no renuevas tu credencial con terminación 03 no podrás votar en las próximas elecciones de 2012.</p> <p>Así que acude a cualquier módulo del IFE de tu estado antes del 15 de enero y renuévala ya.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>
	No verbales	<p>Dirección de página web, teléfono IFETEL, sentencias: "haz una cita" y "lleva tus documentos originales."</p> <p>Voz en off</p>
	Espaciales	Interior, cocina, clase media.
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Primer plano del ciudadano cuando expone la excusa y apertura a plano general de la cocina donde prepara un sándwich mientras el IFE expone la información.</p> <p>Primer plano o plano corto</p> <p>Plano medio</p>
	Gráficos	<p>Excusa N° 428</p> <p>Haz una cita (ang. Superior izquierdo)</p> <p>Lleva tus documentos originales (ang. Superior izquierdo)</p> <p>IFETEL 01800 433 2000</p> <p>IFE, Instituto Federal Electoral</p>
	Sonoros	Música de fondo, que aporta continuidad y deja en segundo plano al ciudadano.
Códigos ideológicos	Encuadre	<p>Visual negativo</p> <p>Verbal negativo</p>
	Contenido dominante en el spot	Responsabilidad individual ciudadana

No de Spot	6		
Título del Spot	Preparación		
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)		
Actores	Ciudadanos comunes: tres jóvenes familiares, un joven hombre pintor callejero, una mujer anciana en silla de ruedas.		
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Tú tienes lo que hace falta para ver lo que sucede en las próximas elecciones federales de 2012.</p> <p>Conviértete en un observador electoral.</p> <p>Para mayor información llama al 01-800-433-2000, consulta ife.org.mx, o acude a la Junta Local o Distrital de tu comunidad.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>	
	No verbales	<p>Dirección de página web: ife.org.mx</p> <p>Una voz en off</p>	
	Espaciales	<p>Interior/exterior</p> <p>Hogar/casa de familia</p>	
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales) y sus entornos cotidianos cuando se al sentido de la observación. Plano general para cerrar el spot, con los ciudadanos caminando juntos, mientras se enuncia el slogan del IFE.</p> <p>Clase media y media-baja.</p>	
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral	
	Sonoros	Música de fondo, suspenso/acción	
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo</p> <p>Verbal positivo</p>	
	Contenido dominante en el spot	Importancia de la participación en los procesos electorales	

No de Spot	7	
Título del Spot	Firulais	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)	
Actores	Ciudadana común y su familia (clase media)	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>¿Renovar mi credencial hoy? imposible...</p> <p>Hoy es el cumpleaños del consentido de la casa... Firulais.</p> <p>¡Felicidades Firualis!</p> <p>El 15 de enero se acaban las excusas y si no renuevas tu credencial con terminación 03 no podrás votar en las próximas elecciones de 2012.</p> <p>Así que acude a cualquier módulo del IFE de tu estado antes del 15 de enero y renuévala ya.</p> <p>Una sonrisa (Cierre de excusa)</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>
	No verbales	<p>Dirección de página web, teléfono IFETEL, sentencias: "haz una cita" y "lleva tus documentos originales."</p> <p>Voz en off</p>
	Espaciales	Exterior, jardín privado casa de clase media.
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Primer plano de la ciudadana y su familia cuando expone la excusa y apertura a plano general del jardín cuando el IFE expone la información.</p> <p>Primer plano o plano corto</p> <p>Plano medio</p>
	Gráficos	<p>Excusa N° 218.</p> <p>Haz una cita (ang. Superior izquierdo)</p> <p>Lleva tus documentos originales (ang. Superior izquierdo)</p> <p>IFETEL 01800 433 2000</p> <p>Imagen de la credencial para votar del IFE indicando con un círculo el sitio donde se puede corroborar la fecha de caducidad (ang. inferior derecho)</p> <p>IFE, Instituto Federal Electoral, Credencial de elector</p>
	Sonoros	Música de fondo, que aporta continuidad y deja en segundo plano a la ciudadana y su familia.
Códigos Ideológicos	Encuadre	Visual negativo Verbal negativo
	Contenido dominante en el spot	Responsabilidad individual ciudadana

No de Spot	8	
Título del Spot	Planta	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)	
Actores	Ciudadana común (clase media)	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>No, hoy puedo renovar mi credencial...</p> <p>¿Qué tal si retoña y no estoy?</p> <p>No. Mejor me quedo.</p> <p>Ay, a ver, chiquita, bonita.</p> <p>Ay, quién la quiere.</p> <p>El 15 de enero se acaban las excusas y si no renuevas tu credencial con terminación 03 no podrás votar en las próximas elecciones de 2012.</p> <p>Así que acude a cualquier módulo del IFE de tu estado antes del 15 de enero y renuévala ya.</p> <p>Crece (Cierre de excusa)</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan)</p> <p>IFE.</p>
	No verbales	Dirección de página web, teléfono IFETEL, sentencias: "haz una cita" y "lleva tus documentos originales". Voz en off
	Espaciales	Interior, sala comedor.
	Visuales	<p>Primer plano o plano corto</p> <p>Plano medio</p> <p>Primer plano de la ciudadana cuando expone la excusa y apertura a plano general de la sala cuando el IFE expone la información.</p>
Códigos Discursivos	Gráficos	<p>Excusa N° 321</p> <p>Haz una cita (ang. Superior izquierdo)</p> <p>Lleva tus documentos originales (ang. Superior izquierdo)</p> <p>IFETEL 01800 433 2000</p> <p>Imagen de la credencial para votar del IFE indicando con un círculo el sitio donde se puede corroborar la fecha de caducidad (ang, inferior derecho)</p> <p>IFE, Instituto Federal Electoral, Credencial de elector</p>
	Sonoros	Música de fondo, que aporta continuidad y deja en segundo plano a la ciudadana.
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual negativo</p> <p>Verbal negativo</p>
	Contenido dominante en el spot	Responsabilidad individual ciudadana

No de Spot	9	
Título del Spot	Lapsus	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)	
Actores	Ciudadanos comunes, clase media, distintos sectores Familia de cuatro integrantes (mamá, papá, hijos) Niños en un parque de juegos Joven mirando a los niños Cuatro jóvenes	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Cuando decides actuar para mejorar lo que está a tu alrededor inspiras a los demás.</p> <p>Vivir en democracia no está en manos de una persona o institución. Es un trabajo de todos.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>
	No verbales	Dirección de página web.
	Espaciales	Exterior Escenario rural
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media y media-baja. Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales y colectivos). Plano general para cerrar el spot, con los ciudadanos caminando juntos, mientras se enuncia el slogan del IFE.</p>
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo Verbal positivo</p>
	Contenido dominante en el spot	Responsabilidad individual ciudadana

No de Spot	10	
Título del Spot	¿Qué hace el IFE?	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)	
Actores	<p>Ciudadanos comunes, distintos sectores, edades</p> <p>Padre e hija caminando por la calle</p> <p>Dedos de ciudadano con la tinta indeleble después de haber votado</p> <p>Ciudadanos tomando un curso de capacitación del IFE</p> <p>Ciudadanos de un poblado en una asamblea, levantando la mano al tomar un acuerdo</p> <p>Ciudadanos del IFE monitoreando</p> <p>Niños alrededor de un kiosko en un parque</p>	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Algunos piensan que en el IFE sólo organizamos elecciones cada tres años para diputados federales y cada seis para senadores y presidente, pero siempre trabajamos para que tengas tu IFE.</p> <p>Con programas de educación cívica fomentamos la participación ciudadana.</p> <p>Y conforme a la ley, administramos los mensajes de los partidos y autoridades electorales.</p> <p>Todo para impulsar la vida democrática del país.</p> <p>Somos un organismo público autónomo de ciudadanos para ciudadanos.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>
	No verbales	Los actores tienen una expresión facial sonriente
	Espaciales	<p>Interior/exterior</p> <p>Aula/escuela/universidad</p> <p>Escenario urbano</p> <p>Entorno natural</p> <p>Oficina/lugar de trabajo</p>
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media y media-baja.</p> <p>Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales y colectivos).</p>
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo</p> <p>Verbal positivo</p>
	Contenido dominante en el spot	Importancia de las instituciones en la vida democrática de un país

No de Spot	11	
Título del Spot	Sorpresa	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)	
Actores	Ciudadanos comunes jóvenes Hombres y mujeres	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>¡Feliz cumpleaños!</p> <p>En el IFE adelantamos tu festejo.</p> <p>No, mi cumpleaños es en mayo.</p> <p>Felicidades.</p> <p>Si cumples 18 años entre el 16 de enero y el 1 de julio, tramita tu credencial antes del 15 de enero y vota por primera vez en las próximas elecciones de 2012.</p> <p>Acude a cualquier módulo de tu Estado, consulta ife.org.mx, o llama a IFETEL para hacer una cita.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>
	No verbales	<p>Una voz en off</p> <p>Los actores tienen una expresión facial sonriente</p> <p>La vestimenta de los actores es informal</p>
	Espaciales	<p>Interior/Exterior</p> <p>Entorno natural</p> <p>Aula/escuela/ universidad</p> <p>Oficina/lugar de trabajo</p>
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media</p> <p>Plano medio</p>
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo</p> <p>Verbal positivo</p>
	Contenido dominante en el spot	Responsabilidad individual ciudadana

No de Spot	12		
Título del Spot	Carrera		
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)		
Actores	Ciudadanos comunes Jóvenes atletas Hombres		
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Y ahora la carrera estelar.</p> <p>El “Suela” Sánchez se despegue rápidamente de todos sus contrincantes y al parecer va a hacer tiempo record.</p> <p>Vea nada más qué porte, qué velocidad.</p> <p>Pero qué pasa, qué está haciendo el “Suela” Sánchez. Está regalando la carrera. Está dejando atrás todo el esfuerzo, toda la preparación.</p> <p>Termina lo que empezaste.</p> <p>Si tramitaste o actualizaste tu credencial, ve a recogerla en el módulo del IFE donde la solicitaste antes del 31 de marzo para que puedas participar en las próximas elecciones.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>	
	No verbales	<p>Una voz en off</p> <p>La vestimenta de los actores es informal (uniformes deportivos de atletismo)</p>	
	Espaciales	<p>Exterior</p> <p>Entorno deportivo</p>	
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Plano medio</p> <p>Plano largo</p>	
	Gráficos	<p>IFETEL 01800 4332000</p> <p>Fecha límite 31 de marzo</p> <p>IFE, Instituto Federal Electoral, Credencial de Elector.</p>	
	Sonoros	Música de fondo	
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo</p> <p>Verbal positivo</p>	
	Contenido dominante en el spot	Responsabilidad individual ciudadana	

No de Spot	13	
Título del Spot	Circo	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)	
Actores	Ciudadanos comunes Mujer	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Oye, ¿no has visto mi credencial para votar? No sé dónde la dejé. Siempre la traigo en mi cartera. ¿Se me habrá caído?</p> <p>Si la perdiste, la puedes reponer.</p> <p>Si necesitas reponer tu credencial por extravío, robo o deterioro, tienes hasta el 29 de febrero para solicitar una reposición con tus mismos datos. De lo contrario no podrás participar en las próximas elecciones.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>
	No verbales	Dirección de página web, IFETEL.
	Espaciales	Varios exterior/interior Escenario urbano Escenario rural
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Primer plano o plano corto sobre pies, donde se ven zapatos de hombres y mujeres</p> <p>Primer plano o plano corto sobre varias credenciales para votar en lo que parece ser la estantería de una recepción, ya que aparecen gafetes que dice: visitante</p> <p>Plano medio en una taquilla de circo en donde se ven distintos asistentes pagando y entrando al circo (en una secuencia en cámara rápida)</p>
	Gráficos	Fecha límite 29 de febrero IFE, Instituto Federal Electoral, Credencial de Elector.
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	Visual positivo Verbal positivo
	Contenido dominante en el spot	Responsabilidad individual ciudadana

No de Spot	14	
Título del Spot	Te lo dije	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)	
Actores	Ciudadanos comunes, una pareja. Y un tenor.	
Códigos de la Realidad	Verbales	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué pasó? - No pude votar. - Por - No estaba en la lista. - Ah... <p>Te lo dije. Te lo di...</p> <p>Si no quieres escuchar el famoso “Te lo dije”, revisa que esté tu nombre en la lista nominal de electores. Tienes hasta el 14 de abril para pedir una corrección y así poder participar en las próximas elecciones.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>
	No verbales	<p>La vestimenta de los actores es informal</p> <p>La vestimenta de los actores es formal (el tenor viste smoking)</p>
	Espaciales	Varios exterior/interior Hogar/ casa de familia
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Plano corto</p> <p>Plano medio</p> <p>Sala de una casa</p> <p>Marquesina iluminada con que reza: TE LO DIJE</p>
	Gráficos	<p>IFETEL 01 800 433 2000</p> <p>Fecha límite 14 de abril</p> <p>IFE, Instituto Federal Electoral</p>
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo</p> <p>Verbal positivo</p>
	Contenido dominante en el spot	Responsabilidad individual ciudadana

No de Spot	15		
Título del Spot	Lapsus Paipai		
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)		
Actores	Ciudadanos comunes, clase media, distintos sectores Familia de cuatro integrantes (mamá, papá, hijos) Niños en un parque de juegos Joven mirando a los niños Cuatro jóvenes		
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Cuando decides actuar para mejorar lo que está a tu alrededor inspiras a los demás.</p> <p>Vivir en democracia no está en manos de una persona o institución. Es un trabajo de todos.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>	
	No verbales	Dirección de página web.	
	Espaciales	Exterior Escenario rural	
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media y media-baja. Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales y colectivos). Plano general para cerrar el spot, con los ciudadanos caminando juntos, mientras se enuncia el slogan del IFE.</p>	
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral	
	Sonoros	Música de fondo	
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo Verbal positivo</p>	
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva	

No de Spot	16		
Título del Spot	Lapsus Huave		
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)		
Actores	Ciudadanos comunes, clase media, distintos sectores Familia de cuatro integrantes (mamá, papá, hijos) Niños en un parque de juegos Joven mirando a los niños Cuatro jóvenes		
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Cuando decides actuar para mejorar lo que está a tu alrededor inspiras a los demás.</p> <p>Vivir en democracia no está en manos de una persona o institución. Es un trabajo de todos.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>	
	No verbales	Dirección de página web.	
	Espaciales	Exterior Escenario rural	
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media y media-baja. Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales y colectivos). Plano general para cerrar el spot, con los ciudadanos caminando juntos, mientras se enuncia el slogan del IFE.</p>	
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral	
	Sonoros	Música de fondo	
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo Verbal positivo</p>	
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva	

No de Spot	17		
Título del Spot	Lapsus Seri		
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)		
Actores	Ciudadanos comunes, clase media, distintos sectores Familia de cuatro integrantes (mamá, papá, hijos) Niños en un parque de juegos Joven mirando a los niños Cuatro jóvenes		
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Cuando decides actuar para mejorar lo que está a tu alrededor inspiras a los demás.</p> <p>Vivir en democracia no está en manos de una persona o institución. Es un trabajo de todos.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>	
	No verbales	Dirección de página web.	
	Espaciales	Exterior Escenario rural	
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media y media-baja. Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales y colectivos). Plano general para cerrar el spot, con los ciudadanos caminando juntos, mientras se enuncia el slogan del IFE.</p>	
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral	
	Sonoros	Música de fondo	
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo Verbal positivo</p>	
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva	

No de Spot	18		
Título del Spot	Lapsus Huichol		
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)		
Actores	Ciudadanos comunes, clase media, distintos sectores Familia de cuatro integrantes (mamá, papá, hijos) Niños en un parque de juegos Joven mirando a los niños Cuatro jóvenes		
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Cuando decides actuar para mejorar lo que está a tu alrededor inspiras a los demás.</p> <p>Vivir en democracia no está en manos de una persona o institución. Es un trabajo de todos.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>	
	No verbales	Dirección de página web.	
	Espaciales	Exterior Escenario rural	
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media y media-baja. Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales y colectivos). Plano general para cerrar el spot, con los ciudadanos caminando juntos, mientras se enuncia el slogan del IFE.</p>	
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral	
	Sonoros	Música de fondo	
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo Verbal positivo</p>	
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva	

No de Spot	19		
Título del Spot	Lapsus Totonaco		
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)		
Actores	Ciudadanos comunes, clase media, distintos sectores Familia de cuatro integrantes (mamá, papá, hijos) Niños en un parque de juegos Joven mirando a los niños Cuatro jóvenes		
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Cuando decides actuar para mejorar lo que está a tu alrededor inspiras a los demás.</p> <p>Vivir en democracia no está en manos de una persona o institución. Es un trabajo de todos.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>	
	No verbales	Dirección de página web.	
	Espaciales	Exterior Escenario rural	
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media y media-baja. Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales y colectivos). Plano general para cerrar el spot, con los ciudadanos caminando juntos, mientras se enuncia el slogan del IFE.</p>	
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral	
	Sonoros	Música de fondo	
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo Verbal positivo</p>	
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva	

No de Spot	20		
Título del Spot	Lapsus Mazahua		
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)		
Actores	Ciudadanos comunes, clase media, distintos sectores Familia de cuatro integrantes (mamá, papá, hijos) Niños en un parque de juegos Joven mirando a los niños Cuatro jóvenes		
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Cuando decides actuar para mejorar lo que está a tu alrededor inspiras a los demás.</p> <p>Vivir en democracia no está en manos de una persona o institución. Es un trabajo de todos.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>	
	No verbales	Dirección de página web.	
	Espaciales	Exterior Escenario rural	
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media y media-baja. Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales y colectivos). Plano general para cerrar el spot, con los ciudadanos caminando juntos, mientras se enuncia el slogan del IFE.</p>	
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral	
	Sonoros	Música de fondo	
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo Verbal positivo</p>	
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva	

No de Spot	21		
Título del Spot	Lapsus Mayo		
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)		
Actores	Ciudadanos comunes, clase media, distintos sectores Familia de cuatro integrantes (mamá, papá, hijos) Niños en un parque de juegos Joven mirando a los niños Cuatro jóvenes		
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Cuando decides actuar para mejorar lo que está a tu alrededor inspiras a los demás.</p> <p>Vivir en democracia no está en manos de una persona o institución. Es un trabajo de todos.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>	
	No verbales	Dirección de página web.	
	Espaciales	Exterior Escenario rural	
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media y media-baja. Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales y colectivos). Plano general para cerrar el spot, con los ciudadanos caminando juntos, mientras se enuncia el slogan del IFE.</p>	
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral	
	Sonoros	Música de fondo	
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo Verbal positivo</p>	
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva	

No de Spot	22		
Título del Spot	Lapsus Tarahumara		
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)		
Actores	Ciudadanos comunes, clase media, distintos sectores Familia de cuatro integrantes (mamá, papá, hijos) Niños en un parque de juegos Joven mirando a los niños Cuatro jóvenes		
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Cuando decides actuar para mejorar lo que está a tu alrededor inspiras a los demás.</p> <p>Vivir en democracia no está en manos de una persona o institución. Es un trabajo de todos.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>	
	No verbales	Dirección de página web.	
	Espaciales	Exterior Escenario rural	
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media y media-baja. Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales y colectivos). Plano general para cerrar el spot, con los ciudadanos caminando juntos, mientras se enuncia el slogan del IFE.</p>	
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral	
	Sonoros	Música de fondo	
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo Verbal positivo</p>	
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva	

No de Spot	23		
Título del Spot	Lapsus Chontal		
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)		
Actores	Ciudadanos comunes, clase media, distintos sectores Familia de cuatro integrantes (mamá, papá, hijos) Niños en un parque de juegos Joven mirando a los niños Cuatro jóvenes		
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Cuando decides actuar para mejorar lo que está a tu alrededor inspiras a los demás.</p> <p>Vivir en democracia no está en manos de una persona o institución. Es un trabajo de todos.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>	
	No verbales	Dirección de página web.	
	Espaciales	Exterior Escenario rural	
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media y media-baja. Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales y colectivos). Plano general para cerrar el spot, con los ciudadanos caminando juntos, mientras se enuncia el slogan del IFE.</p>	
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral	
	Sonoros	Música de fondo	
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo Verbal positivo</p>	
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva	

No de Spot	24		
Título del Spot	Lapsus Tlapaneco		
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación (valor secundario: responsabilidad)		
Actores	Ciudadanos comunes, clase media, distintos sectores Familia de cuatro integrantes (mamá, papá, hijos) Niños en un parque de juegos Joven mirando a los niños Cuatro jóvenes		
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Cuando decides actuar para mejorar lo que está a tu alrededor inspiras a los demás.</p> <p>Vivir en democracia no está en manos de una persona o institución. Es un trabajo de todos.</p> <p>Lo que hace grande a un país es la participación de su gente. (Slogan) IFE.</p>	
	No verbales	Dirección de página web.	
	Espaciales	Exterior Escenario rural	
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Clase media y media-baja. Primeros planos y planos generales de ciudadanos (individuales y colectivos). Plano general para cerrar el spot, con los ciudadanos caminando juntos, mientras se enuncia el slogan del IFE.</p>	
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral	
	Sonoros	Música de fondo	
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo Verbal positivo</p>	
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva	

No de Spot	25	
Título del Spot	Familias México	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Ninguno explícito. Implícito: igualdad.	
Actores	Familia, migrante (mamá, papá, hijas) Pareja (hombre-mujer)	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Ahora que vinieron tus familiares y amigos recuérdales que tramiten su credencial para votar.</p> <p>Podrán recogerla en pocos días y así elegir al próximo presidente de México aunque vivan en el extranjero.</p> <p>Diles que visiten www.votoextranjero.mx y que llenen su solicitud de inscripción. Deberán imprimirla y enviarla cuanto antes.</p> <p>Es muy sencillo.</p> <p>Si en esta temporada, sólo hablas con ellos, diles que se inscriban ya y que envíen sus documentos por correo postal sin costo.</p> <p>IFE.</p>
	No verbales	<p>Voz en off</p> <p>Los actores tienen una expresión facial sonriente (aunque también hay rostros llorosos, pero de felicidad por recibir al familiar que regresa después de un viaje largo o de residir fuera de la ciudad y/o país)</p>
	Espaciales	<p>Exterior</p> <p>Aeropuerto (o central camionera)</p>
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Interior/exterior</p> <p>Plano medio</p> <p>Plano largo</p>
	Gráficos	<p>Fecha límite 15 de enero</p> <p>www.votoextranjero.mx</p> <p>IFE, Instituto Federal Electoral</p> <p>IFETEL</p>
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo</p> <p>Verbal positivo</p>
	Contenido dominante en el spot	Información a terceros

No de Spot	26	
Título del Spot	Iguales	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Igualdad y participaciones.	
Actores	Hombres y mujeres, distintos roles, situaciones, clases sociales Mujer joven en silla de ruedas Mujeres indígenas comerciantes Jóvenes estudiantes Hombre campesino Mujeres jugando basquetbol en la escuela Conferencista hombre Conferencista mujer Audiencia (hombres y mujeres) en un auditorio Taxista hombre Taxista mujer Ciudadanos (hombre y mujer) depositando su voto en una urna	
Códigos de la Realidad	Verbales	Mujeres y hombres somos diferentes y tenemos los mismos derechos. También debemos tener las mismas oportunidades en la vida democrática del país. Puede ser que no siempre estemos de acuerdo, pero el respeto mutuo es lo que nos hace ser mejores y conformar una mejor sociedad en la que trabajamos unidos por nuestro país. Lo que hace grande a un país es la participación de gente. IFE
	No verbales	Dirección de página web
	Espaciales	Interior/exterior Oficina/ lugar de trabajo Aula/escuela/universidad Entorno deportivo Escenario urbano
Códigos Discursivos	Visuales	Plano medio
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral.
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	Visual positivo Verbal positivo
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva

No de Spot	27	
Título del Spot	Pescador	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación	
Actores	Hombre trabajador del ámbito rural (pescador)	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Todo fuera felicidad Fíjate que yo me divierto con todo, me gusta pasar el tiempo feliz Cuando voy yo con mi familia a votar, no, espérate, que no no no, y me los llevo ahí Y por quién voy a votar? Ah, ah... ahí sí, tú sabrás. Pero algunos se pasan de lanza, ya sabes. Pero no, no... Llégale. Te vamos a echar al agua, vas a ver loco. Aunque los tiburones no comen cochinas. Vimos un animalón, amigo mío, un tiburón cornuda que salió así como rayo, zaz. Era un platillo exquisitón porque estaba gordito. No, dije: me va a tragar uno de estos. Oye y por quién votaste? Qué te importa, pus oye. Yo cooperé a lo mejor con un granito de sal para que alguien que debía de quedar, quedó. Ay, tarararai, bailo, verdad? Por qué, porque ganamos, así estamos tranquilos. Somos felices, nos divertimos, gritamos, cantamos y eso es lo que debemos de cuidar.</p>
	No verbales	<p>Los actores hacen contacto visual con la audiencia (en este caso, el actor, pues es sólo uno) La vestimenta de los actores es informal Los actores tienen una expresión facial sonriente</p>
	Espaciales	Entorno natural
Códigos Discursivos	Visuales	<p>Plano medio Plano largo</p>
	Gráficos	Slogan del instituto
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo Verbal positivo</p>
	Contenido dominante en el spot	Importancia de la participación en los procesos electorales

No de Spot	28	
Título del Spot	Jimador	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación	
Actores	Hombre trabajador del ámbito rural (jimador)	
Códigos de la Realidad	Verbales	Este está bueno, un jimador. Todas las pencas para que quede la pura piña. Es el inicio, la parte principal de una fábrica tequilera, verdad? El mezcal cuando eres nuevo, los primeros días te empieza a picar, hasta con calentura llegas a tu casa porque es un trabajo muy pesado. Ahí pues a los nuevos muchos vales, pa burlarse o pa cotorrear entre ellos. Ellos verdad, le dicen que corte una penca y que se dejen así la pulpita y que se la tallen y que con eso se les va a quitar, imagínate pues cómo se les va a quedar, le vas a poner más veneno al veneno. Te quita lo flojo, lo feo. Te hace carismático, te hace sonriente, con medida es muy bueno. Yo creo mi voto es decisivo, votar es algo mágico. Yo creo mucho que mi voto es la diferencia. Si voto yo, tomo una buena decisión y gano. Gana mi país, pero si no voto estoy tomando una mala decisión para mi y para mi país. No soy mandilón, nomás soy hogareño.
	No verbales	Los actores hacen contacto visual con la audiencia (en este caso, el actor, pues es sólo uno) La vestimenta de los actores es informal Los actores tienen una expresión facial sonriente
	Espaciales	Entorno natural
Códigos Discursivos	Visuales	Plano medio Plano largo
	Gráficos	Slogan del instituto
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	Visual positivo Verbal positivo
	Contenido dominante en el spot	Importancia de la participación en los procesos electorales

No de Spot	29	
Título del Spot	Igualdad entre mujeres	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Igualdad y participación.	
Actores	Dos hombres y una mujer	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>(Enunciatorio) El Triunfo, aprender que mi mujer está en su derecho a pensar diferente que yo.</p> <p>(voz en off) La igualdad entre mujeres y hombres empieza en casa.</p> <p>(Enunciatorio) Mi fuerza, respetar las decisiones de mis hijas.</p> <p>Vamos a hacer que esa igualdad se logre en cada rincón de México.</p> <p>Porque mujeres y hombres debemos participar de igual a igual en la toma de decisiones que el país necesita.</p> <p>(Enunciatoria) Mi mayor logro: conocer y hacer valer mis derechos. Tú también, ya es hora, porque así:</p> <p>(voz en off) “Nuestra democracia crece”.</p> <p>(Enunciatoria) Y crecemos todos y todas.</p> <p>IFE. Instituto Federal Electoral</p>
	No verbales	<p>Dirección de página web.</p> <p>Nombres y roles de los enunciarios.</p> <p>“Nuestra democracia crece”.</p>
	Espaciales	<p>Interior/exterior</p> <p>Carnicería/campo/piscina (lugares de trabajo).</p>
Códigos Discursivos	Visuales	Planos medios (enunciarios), primeros planos (de las fotografías de familia)
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral.
	Sonoros	Música de fondo, muy tenue
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo</p> <p>Verbal positivo</p>
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva, la igualdad entre mujeres y hombres.

No de Spot	30	
Título del Spot	Los jóvenes crecen	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación.	
Actores	Jóvenes de ambos sexos.	
Códigos de la Realidad	Verbales	(Enunciatorio) Con ganas. Pa' delante. (Enunciatoria) expresándonos más fuerte (voz en off) Tú también, al cumplir 18 años saca tu credencial para votar. Es gratis, rápido y la foto se toma desde la primera visita a tu módulo del IFE más cercano. Llama sin costo a IFETEL, 018004332000 (Enunciatorio) la vas a necesitar, eh. (voz en off) "Con tu credencial para votar, nuestra democracia crece". (Enunciatoria) Y tú también. IFE. Instituto Federal Electoral
	No verbales	Dirección de página web. "IFETEL, 018004332000" "Nuestra democracia crece".
	Espaciales	Interior/exterior Carnicería/campo/piscina (lugares de trabajo).
	Visuales	Plano largo
Códigos Discursivos	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral. / recuadros (foto)
	Sonoros	Música de fondo (en plano medio).
Códigos Ideológicos	Encuadre	Visual positivo Verbal positivo
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva. Participación.

No de Spot	31	
Título del Spot	Credencial para votar	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación.	
Actores	Jóvenes de ambos sexos.	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Hoy ya tengo 18 años</p> <p>Hoy ya decido qué me gusta y qué no.</p> <p>Hoy ya puedo entrarle con todo.</p> <p>Por eso hoy, antes que nada, saca tu credencial para votar.</p> <p>Para hacer una cita y conocer los documentos que necesitas llevar, llama a IFETEL o consulta la página de internet.</p> <p>(voz en off) “la democracias es cosa de todos los días”.IFE. Instituto Federal Electoral</p> <p>Y tú qué esperas, tramítala ya.</p>
	No verbales	Dirección de página web. “IFETEL, 018004332000”
	Espaciales	Interior (módulo del IFE) / exterior (espacios urbanos y rurales)
Códigos Discursivos	Visuales	Plano largo
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral. / Credencial para votar
	Sonoros	Música de fondo (en plano medio).
Códigos Ideológicos	Encuadre	Visual positivo Verbal positivo
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva. Participación.

No de Spot	32	
Título del Spot	Votar para qué si todo va a seguir igual.	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación.	
Actores	Jóvenes (hombres)	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>- Como me acuerdo. Desde chavito mi jefe me decía: "votar, votar pa'qué. Todo va a seguir igual".</p> <p>- Qué grueso, mi mamá dice lo mismo: "votar para qué". Y luego dicen que a nosotros nos vale todo.</p> <p>- ...uta, no, no estoy de acuerdo.</p> <p>- Yo creo que ellos se cansaron.</p> <p>- Pues es que hay que meterme.</p> <p>- Sí, eso de estar espere y espere a ver quién cambia las cosas está cañón.</p> <p>- Pues yo no voy a caer en lo mismo. "Votar para qué si todo va a seguir igual". Como si no pudiéramos exigir.</p> <p>- Y tú por quién vas a votar.</p> <p>- Que te importa güey, mejor sigue viendo el juego.</p>
	No verbales	No hay
	Espaciales	Exterior
Códigos Discursivos	Visuales	Plano largo y primer plano
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral.
	Sonoros	Sonido ambiente (de fondo la disputa del partido de básquetbol).
Códigos Ideológicos	Encuadre	Visual positivo Verbal positivo
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva. Participación.

No de Spot	33	
Título del Spot	Pasos firmes	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación.	
Actores	Ciudadanía / diversidad representada	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>En estos 18 años el IFE ha estado contigo. A paso firme construyendo la democracia.</p> <p>Hoy contamos con una nueva ley electoral para organizar unas elecciones más justas y equitativas.</p> <p>Aún hay mucho camino por andar. Vamos a recorrerlo juntos. Porque así nuestra democracia crece, y crecemos todos.</p> <p>IFE. Instituto Federal Electoral.</p> <p>18 años por la democracia.</p>
	No verbales	<p>“Nuestra democracia crece”</p> <p>Página web</p>
	Espaciales	Exterior. Escenario urbano. Luego pasa a un escenario abstracto, sin referencias, con un entorno blanco.
Códigos Discursivos	Visuales	Plano largo y primer plano
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral.
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo</p> <p>Verbal positivo</p>
	Contenido dominante en el spot	<p>La acción colectiva.</p> <p>Participación.</p>

No de Spot	34	
Título del Spot	Aquí voy yo	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación.	
Actores	Dos hombres y dos mujeres (jóvenes y adultos)	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Esta es mi foto. Soy yo, es mi foto.</p> <p>Aquí va mi nombre. Es el mío, soy yo.</p> <p>Aquí va mi dirección. Bueno, esta no es, ya no vivo ahí.</p> <p>Como le vamos a hacer si nosotros mismos no cumplimos. Si te cambiaste de casa por ley debes actualizar tu credencial. Hazlo antes del 15 de enero para que en las próximas elecciones votes donde te corresponde.</p> <p>Aquí voy yo, a actualizar mi credencial para votar. Porque así:</p> <p>(Voz en off) Nuestra democracia crece”</p> <p>Y crecemos todos.</p> <p>IFE. Instituto Federal Electoral.</p>
	No verbales	<p>IFETEL 018004332000</p> <p>“Nuestra democracia crece”</p> <p>Página web</p>
	Espaciales	Escenario abstracto, sin referencias, con un entorno blanco. / Módulo de IFE, sin contexto.
Códigos Discursivos	Visuales	Planos planos y plano largo
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral.
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo</p> <p>Verbal positivo</p>
	Contenido dominante en el spot	<p>La acción colectiva.</p> <p>Participación.</p>

No de Spot	35	
Título del Spot	Pantallas, el poder es tuyo	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación y pluralidad.	
Actores	Ciudadanos	
Códigos de la Realidad	Verbales	<p>Narrador televisivo: ...No podemos hacer nada. Tenemos un poder grande para convertir al silencio en exigencia, las diferentes ideas en diálogo, la indiferencia en participación. Ese poder es nuestro, de los ciudadanos. Y tú cuentas con el IFE. Con una nueva ley electoral para organizar una elecciones más justas y equitativas. El poder es tuyo, úsalo. Participa, porque así nuestra democracia crece...</p> <p>“Y crecemos todos” (Mujeres, acompañada por su hija)</p> <p>IFE. Instituto Federal Electoral.</p>
	No verbales	<p>“Nuestra democracia crece”</p> <p>Página web</p>
	Espaciales	Interior (espacios públicos y privados donde la ciudadanía se coloca como receptora de TV).
Códigos Discursivos	Visuales	Planos planos y plano largo
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral.
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	<p>Visual positivo</p> <p>Verbal positivo</p>
	Contenido dominante en el spot	<p>La acción colectiva.</p> <p>Participación.</p>

No de Spot	36	
Título del Spot	Respetar la libertad de expresión	
Valores de la democracia resaltados en el spot	Participación, pluralidad, tolerancia, libertad.	
Actores	Ciudadanos (implícitos)	
Códigos de la Realidad	Verbales	Podemos estar a favor o en contra de algunas ideas. Decir lo que pensamos siempre y cuando respetemos que los demás también pueden hacerlo. Eso es la libertad de expresión y crece cuando reconocemos que todas y todos tenemos los mismos derechos. Al respetar los derechos de los demás nuestra democracia crece, y crecemos todos”. IFE. Instituto Federal Electoral.
	No verbales	Sí queremos / No queremos Tolerancia Libertad de expresión “Nuestra democracia crece” Página web
	Espaciales	Interior (espacios públicos y privados donde la ciudadanía se coloca como receptora de TV).
Códigos Discursivos	Visuales	Planos planos y planos largos
	Gráficos	IFE, Instituto Federal Electoral.
	Sonoros	Música de fondo
Códigos Ideológicos	Encuadre	Visual positivo Verbal positivo
	Contenido dominante en el spot	La acción colectiva. Participación. Pluralidad. Tolerancia. Libertad de expresión.