



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
CENTRO DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO Y
LA INVESTIGACIÓN DE LAS CIENCIAS SOCIALES
MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES**

CIBERIMAGEN POLÍTICA

Elecciones federales 2012.

Aproximaciones a través del discurso.

**Tesis que para obtener el grado de
Maestra en Ciencias Sociales**

presenta:

LIC. LAURA GEORGINA ORTEGA LUNA

Directora de tesis: DRA. ROSA MARÍA VALLES RUIZ

Mayo de 2014

MTRO. JULIO CÉSAR LEINES MEDÉCIGO
DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
PRESENTE.

Estimado Maestro:

Sirva este medio para saludarlo, al tiempo que nos permitimos comunicarle que una vez leído y analizado el proyecto de investigación titulado **"Ciberimagen Política. Elecciones Federales 2012. Aproximaciones a través del discurso"**, que para obtener el grado de Maestra en Ciencias Sociales presenta la C. Laura Georgina Ortega Luna, matriculada en el Programa de Maestría en Ciencias Sociales (2012-2013), con número de cuenta 186372; consideramos que reúne las características e incluye los elementos necesarios de un trabajo de tesis, por lo que, en nuestra calidad de sinodales designados como jurado para el examen de grado, nos permitimos manifestar nuestra aprobación a dicho trabajo.

Por lo anterior, hacemos de su conocimiento que a la alumna mencionada, le otorgamos nuestra autorización para imprimir y empastar el trabajo de Tesis, así como continuar con los trámites correspondientes para sustentar el examen para obtener el grado.

ATENTAMENTE

"Amor, Orden y Progreso"

Pachuca de Soto, Hgo., a 25 de abril de 2014

DR. EN D. EDMUNDO HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ
DIRECTOR



Rosa María Valles Ruíz
DRA. ROSA MARÍA VALLES RUÍZ
DIRECTORA DE TESIS

Sandra Flores Guevara
MTRA. SANDRA FLORES GUEVARA
PROFESORA INVESTIGADORA

Gabriela Yolanda Castañón García
DRA. GABRIELA YOLANDA CASTAÑÓN GARCÍA
PROFESORA INVESTIGADORA



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
CENTRO DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO Y
LA INVESTIGACIÓN DE LAS CIENCIAS SOCIALES
MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES**

CIBERIMAGEN POLÍTICA

Elecciones federales 2012.

Aproximaciones a través del discurso.

Tesis que para obtener el grado de

Maestra en Ciencias Sociales

presenta:

LIC. LAURA GEORGINA ORTEGA LUNA

Directora de tesis: DRA. ROSA MARÍA VALLES RUIZ

Lectoras de tesis:

MTRA. SANDRA FLORES GUEVARA

DRA. GABRIELA CASTAÑÓN GARCÍA

Mayo de 2014

Es difícil dedicar una tesis, habiendo tantas personas que han estado en tu camino, que estuvieron y algunas que quizá dejen de estarlo o sigan allí, sin embargo, es un documento tan importante en el instante en que llegas a una meta que cómo no hacer honor a quien lo merece, ególatramente esta tesis va, por qué no, a mí misma, pues reconozco la entereza y fortaleza que me ha traído hoy hasta aquí... (o la ñoñez, dirían mis amigos...).

Pero no lo habría logrado sin el apoyo eterno de mi padre Arturo, mi madre Alejandra y mi hermano Alberto, ni tampoco sin la compañía permanente del ingeniero Gleason ¡GRACIAS!

En este momento de mi vida, debo también gran parte de mi alegría y de mi confianza a mi Jorge ☺, y por supuesto, a los amigos incondicionales: Ivonne, Manuel, Aidé, Nelly, Ángela, Sunshine, Lucas, Nancy, Liz, Azul, gracias por estar siempre de los siempres, en los instantes increíbles y también en los peores momentos.

Laura, Ariz, Jonathan, Thania, Enid, Jos, Oscar, Ale, Faby, Aline, Paty, Lupita, Hugo, Álvaro, Mauro, todas esas personas que permanecen a tu lado aun cuando los años transcurran de una manera tan veloz y las distancias hagan un poco de trampa.

Mención aparte para los que sufrimos juntos durante estos casi tres años, por compartir tanto, gracias Helen, Pavel, Linda, Irma, Ely, Marco y Abraham.

Por supuesto, esta meta jamás hubiera sido lograda sin la orientación de la doctora Valles y de la maestra Sandra, así como la gran ayuda del maestro Carmona, y los ánimos de la doctora Elvira, de Raquel, de Josefina, de Samar, de Sampedro y de los grandes profesores de la maestría: Carlos, Adrián y Ulises.

A mis tíos, esos que nunca se olvidan de mí: Maca y Socorro; a mis ex alumnos de la UAEH, y a los alumnos y compañeros de trabajo de la Universidad Humanista Hidalgo. Dos seres que no hablan ni leen pero que merecen mención por ser parte importante en esta etapa (aunque suene ridículo): Legato y Chikis.

Pero sobre todo, quiero dedicar esta tesis a dos personas sumamente importantes: a mi prima Ale, quien me animó a inclinarme a estudiar comunicación y que hoy dedico esta maestría para ella, y también, a la memoria de mi amigo el de la eterna sonrisa: Abraham.

RESUMEN

El presente proyecto de investigación analizará Internet, una herramienta ubicada en el contexto de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Así mismo, centrará el análisis en la formación de la imagen de los personajes del ámbito público político y en la construcción del perfil con el que un candidato pretende establecer un contacto e interactuar con la sociedad.

Todo tipo de usuario ha ido apropiándose de manera paulatina de esta herramienta que permite la libertad de expresión, el acceso a la información y el fortalecimiento de una crítica generada a través de redes sociales, foros, blogs, chats y otros sistemas presentes en la Web; los candidatos presidenciales no son la excepción.

Con la llegada del proceso electoral de 2012, los personajes del ámbito político se han acercado a Internet para darse a conocer y crear un círculo de seguidores que refuercen su camino hacia la presidencia de la República, se aprovecha la facilidad de acceso a esta herramienta para mostrar fotografías, publicar mensajes y exponer la identidad e ideología de cada candidato.

Internet es una vía más por la cual se publicitan no sólo las empresas o los productos sino también las personas, así funciona en el caso de la imagen pública —política— de un candidato presidencial, que debe ser tomada en cuenta como un elemento más de impacto social que intervendrá en la decisión que la gente tome para elegir al próximo Presidente pues sin duda, el auge que tiene esta red sale del esquema de los medios de comunicación tradicionales, en los cuales no existe la oportunidad de una comunicación directa con el candidato ni la diversidad de opiniones que se expresan a través de páginas Web; es por eso que el presente anteproyecto pretende abordar el uso de Internet en el ámbito público político desde la imagen del candidato presidencial.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
• Las bases del proyecto de investigación.....	1
• Marco referencial y contenido del proyecto.....	5
CAPÍTULO 1 – TEORÍA DE LA CIBERIMAGEN POLÍTICA.....	22
1.1 Comunicación política.....	22
1.2 Medios masivos de comunicación.....	32
1.3 Discurso.....	42
CAPÍTULO 2 – LA IMAGEN POLÍTICA.....	51
2.1 ¿Qué es la imagen?.....	52
2.2 Imagen pública.....	54
2.3 Imagen pública en la política.....	57
2.4 Imagen política.....	58
2.5 Construcción de la imagen política.....	62
2.6 Modelo de imagen política.....	65
2.7 Ciberimagen política.....	68
CAPÍTULO 3 – INTERNET: HISTORIA, USOS Y CARACTERÍSTICAS.....	69
3.1 Antecedentes.....	70
3.2 Pero... ¿Cómo se construye Internet?.....	73
3.3 Mundo real y mundo virtual.....	75
3.4 Realidad virtual.....	78
3.5 Características del entorno virtual.....	80
3.6 Sujetos virtuales.....	82
3.7 Cibercultura.....	84
3.8 Ciberpolítica.....	87
3.9 Páginas oficiales, redes virtuales.....	89
3.10 Y en México ¿Cuántos usan Internet?.....	90

CAPÍTULO 4 – PROCESO ELECTORAL 2012.....	92
4.1 Antecedentes.....	92
4.2 El primer debate.....	99
4.3 El segundo debate.....	102
4.3.1 Enrique Peña Nieto.....	102
4.3.2 Andrés Manuel López Obrador.....	104
4.3.3 Josefina Eugenia Vázquez Mota.....	107
4.3.4 Gabriel Quadri de la Torre.....	109
4.4 Debate del “#YoSoy132”.....	111
4.5 La jornada electoral.....	113
4.6 Después de la tormenta.....	115
CAPÍTULO 5 – ANÁLISIS DEL DISCURSO.....	117
5.1 Discurso y análisis del discurso.....	117
5.2 Enfoques del análisis del discurso.....	119
5.3 Tipos de discurso.....	121
5.3.1 Discurso oral.....	121
5.3.2 Discurso escrito.....	122
5.3.3 Discurso visual.....	123
5.4 Modelo de análisis.....	124
5.4.1 Análisis escrito.....	124
5.4.1.1 Modificadores de sentido.....	124
5.4.1.2 Inclusión del hablante.....	125
5.4.1.3 Universalización.....	125
5.4.1.4 Teoría de los tiempos verbales.....	126
5.4.1.5 Lo no dicho.....	127
5.4.2 Análisis visual.....	128
5.4.2.1 Escenarios representados.....	128
5.4.2.2 Denotación y connotación.....	129
5.4.2.3 Anclaje y relevo.....	130

5.4.2.4 Sujetos participantes.....	131
5.5 Conceptos clave para el análisis del discurso escrito y visual.....	131
5.5.1 Ideología.....	131
5.5.2 Poder.....	134
5.6 Discurso de cierre de campaña.....	136
5.6.1 Discurso escrito pronunciado de forma oral.....	136
5.6.2 Discurso visual.....	146
5.6.3 Lo no dicho.....	150
5.6.3.1 Enrique Peña Nieto.....	150
5.6.3.2 Andrés Manuel López Obrador.....	162
CONCLUSIONES.....	168
BIBLIOGRAFÍA.....	178
ANEXOS.....	183

INTRODUCCIÓN

Sin duda alguna, los medios de comunicación masiva, desde que existen, se volvieron la fuente principal no sólo para conocer las noticias del mundo actual, sino que han ayudado para difundir un sinfín de información publicitaria, de entretenimiento, noticiosa, cultural; toda de interés general.

En la actualidad, existe un contacto con los nuevos medios gracias a lo que conocemos como cibercultura (Galindo, 2005), que esa conjunción de conocimiento, comunicación e información a través de un espacio como lo es Internet. Es en la cibercultura en donde se suscitan maneras diferentes de interacción social y de construcción y complemento de la individualidad, así también, es cada vez más gente la que indaga acerca de todos los artilugios que se presentan en cada elemento contemporáneo.

En particular, cuando se accesa¹ a Internet nos encontramos con un sinfín mediático-informativo, a través de esta red podemos escuchar radio, ver televisión, leer periódicos, navegar utilizando buscadores, consultar información que es posible descargar en diversos formatos, bajar música, chatear (con personas que pueden estar a distancias inimaginables) y, además de todo, crearnos una visión crítica acerca de los sucesos que acontecen a la sociedad actual.

A raíz del “boom”² que tienen el uso de Internet y la cibercultura, como nuevos modos de uso y apropiación de lo tecnológico, muchas agencias, marcas, productos y personas se han dado a la tarea de dar a conocer su imagen a través de este medio que en costos es mucho más barato que el emplear medios tradicionales, aunque claro, no se les puede dejar a un lado porque Internet aún no se encuentra al alcance de todos como la prensa, la radio o la televisión abierta.

¹ El término acceder proviene del inglés *access*, que si bien no es reconocido por la RAE, es empleado para indicar el ingreso o acceso a las páginas de Internet.

² La utilización del término “boom” se emplea para hacer referencia al pronto y repentino auge de algún elemento novedoso en la sociedad.

Los usuarios que accesan a Internet conocen al tiempo que navegan en la red, una gran cantidad de alternativas para consumo o apropiación, no sólo objetos materiales, sino que se generan gustos e ideologías que van mucho más allá de éstos. Es, precisamente, el caso de los políticos que dirigen al país. Los personajes políticos y gubernamentales también emplean este medio de forma particular, y dan a conocer su imagen y su discurso, así como sus propuestas a un público que se siente más cercano a ellos gracias a la posibilidad de interacción que existe ya en las redes sociales virtuales y en los portales que ofrecen espacios de comunicación como libros de visitas o foros de comentarios.

Los usuarios entonces, son capaces de construir opiniones y críticas, acercarse a las propuestas de los candidatos nuevos que han de representarlos más adelante como presidentes, gobernadores, senadores, diputados... y es ahí donde nos encontramos con el juego del manejo de la imagen y el discurso que los candidatos promueven a través de las páginas sociales o portales principales de los partidos políticos en México.

Algunos de ellos gustan de mostrar siempre una imagen que la gente tiene estereotipada de alguien “serio”: *de traje, bien vestido, bien peinado*, asimismo, dan a conocer fotografías de sus recorridos por diferentes sitios del país, o de su convivencia familiar pacífica y armónica, y manejan un discurso lleno de propuestas que prometen una nación mejor.

El papel que juega Internet hoy en día es de suma importancia para mantener vigente una campaña electoral; información de primera mano, de fácil y rápido acceso y una cercanía que se necesita con el pueblo mexicano son solo algunos de los elementos que se toman en cuenta para complementar la contienda de los postulantes a cargos públicos.

Las elecciones federales de 2012 están próximas, el proceso electoral está en curso y la gente se ha acercado a conocer más de los candidatos: propuestas, trayectoria, cargo que ocupan, pero también, se han fijado en la imagen política que estos personajes tienen y que representarán a todo un grupo de seguidores. Portales de los partidos políticos, redes como Facebook y enciclopedias virtuales como Wikipedia contienen información que la gente puede conocer de forma oportuna y sencilla y la *carrera hacia la meta presidencial* deberá

cimentarse bien a través de estos medios. Por ello, el presente proyecto inició con la pregunta de investigación:

¿Cómo se construye la imagen política de los candidatos presidenciales en el proceso electoral de 2012 en México en Internet, a través del discurso?

Como justificación del presente proyecto de tesis se encuentra el hecho de que estudiar un medio como Internet, además de ser moderno, es enriquecedor para un campo de la investigación en comunicación que hoy en día se encuentra en pleno auge, los estudios de la cibercultura son recientes y el presente proyecto de investigación contribuirá para fortalecer esta rama.

Además, durante los diferentes procesos electorales se tratan asuntos de los discursos de los candidatos, de su imagen en televisión, espectaculares y panfletos, de los comentarios a través de la radio o de la prensa, pero poco se menciona de lo peculiar que es la incursión de ellos en Internet y de cómo se vive el proceso electoral desde la perspectiva de una rama virtual en donde la gente siente que posee la oportunidad de expresarse de forma libre y directa.

De la misma manera, es a través de este medio donde cada sujeto que recibe información, tiene la oportunidad de revisarla de manera exhaustiva y analizarla a detalle para así emitir un juicio a favor o en contra de los candidatos de su preferencia y de los que considere de oposición.

De forma personal, deseo darle seguimiento a la investigación acerca de esta amplia herramienta llamada Internet, puesto que en un trabajo anterior tuve la oportunidad de abordar temáticas de la cibercultura y la construcción de la identidad de los adolescentes a través de este medio moderno, muchas investigaciones quedan sólo en el estante de una biblioteca y, para crecer personal y profesionalmente, continuaré indagando en la rama de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Este proyecto contó con los siguientes objetivos:

- General
 - Dar a conocer la construcción de la imagen política de los candidatos presidenciales en el proceso electoral de 2012 en México en Internet, a través del discurso.

- Particulares
 - Conocer el proceso de construcción de la imagen política.
 - Describir las características del proceso electoral de 2012.
 - Analizar las particularidades de Internet como herramienta de comunicación.
 - Emplear el análisis del discurso como herramienta para la construcción de la imagen política.

Así mismo, a manera de hipótesis iniciales se planteó que:

- La imagen política de un candidato en Internet se construye con el discurso visual y escrito que se enfoca en la construcción de interlocutores y la descalificación de oponentes.
- El proceso electoral de 2012 utiliza los medios y herramientas de comunicación como Internet para dar a conocer la imagen de los candidatos presidenciales a través de portales oficiales, redes sociales virtuales y microbloggings.

El enfoque metodológico de este trabajo es cualitativo y emplea para su realización la herramienta del Análisis del Discurso. Son diferentes autores los que abordan la herramienta del análisis del discurso, entre ellos se encuentran Helena Calsamiglia y Amparo Tusón (2002), Daniel Prieto Castillo (2000), Teun A. Van Dijk (1990), Eva Salgado (2003) y Ruth Wodak y Michael Meyer (2003), quienes dan diversas herramientas que van desde el desglose de las frases en una cuantificación de palabras usadas en la

sintaxis castellana hasta el análisis de narraciones o de notas periodísticas, así como los elementos que debe tener un análisis serio del discurso.

Según Helena Calsamiglia y Amparo Tusón (Op.cit.), el discurso es “una práctica social, [...] una forma de acción entre las personas que se articula a partir del *uso lingüístico contextualizado*, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social”.

Gracias al discurso se logra cumplir con las intenciones del actor emisor para conseguir el convencimiento y la acción esperada del receptor, por ello es importante hablar del análisis del discurso como herramienta, para conocer más allá de lo que pronuncia de primera mano.

Es también, de suma importancia, hacer énfasis en que este trabajo se avocará al análisis de los medios, en este caso a la herramienta Internet, haciendo alusión a la idea de Silverstone (2004), los medios siempre han formado parte decisiva del sistema político ya que el manejo y la difusión de la información son una parte fundamental de la relación que existe entre el Estado y la ciudadanía, ya que a esta última le omite el carácter exclusivo que se tenía antes de la llegada de los medios de comunicación, con mayor razón si hablamos de esta novedosa red en donde la participación ciudadana toma un papel importante.

MARCO REFERENCIAL Y CONTENIDO DEL PROYECTO

El presente proyecto de investigación está enmarcado en el tema general de elecciones y democracia en México, hace un recorrido por la historia de las elecciones nacionales, así mismo explica el contexto en el cual se desarrollaron las elecciones presidenciales en el año 2012, la importancia de los medios de comunicación en los procesos electorales y de la nueva herramienta Internet como mediadora entre los políticos y los ciudadanos del país. Así mismo, se da conocer lo que es el ciberespacio, la ciberpolítica y la construcción del discurso y la imagen en los candidatos políticos.

Las democracias en las sociedades contemporáneas tienen como uno de sus puntales la realización de procesos electorales cuyas características de confianza y transparencia son esenciales para la gobernabilidad. Los medios de comunicación, como actores políticos importantes refrendan su importancia en los procesos electorales por su labor informativa y de mediación. Esta tarea, ampliada con el surgimiento de Internet, potencializa el discurso político.

En las elecciones presidenciales 2012, los punteros a la primera magistratura fueron Andrés Manuel López Obrador (PRD), Josefina Vázquez Mota (PAN) y Enrique Peña Nieto (PRI). Los resultados avalados por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, dieron el triunfo al candidato del PRI.

- **Democracia mexicana**

Lograda la independencia en el año de 1821 y una vez instaurada la República en 1824, se han llevado a cabo elecciones presidenciales para elegir al mandatario de la República Mexicana; no obstante, en cada periodo se han desarrollado de manera distinta y el impacto de las mismas ha variado. Actualmente, además de contar con los medios tradicionales como prensa, radio y televisión está la herramienta Internet, gracias a la cual se refuerzan distintos hechos sociales, entre los que están las elecciones de un país, las cuales tienen como fin elegir a los representantes del gobierno a través de la democracia, que tiene como principal elemento el sufragio.

El concepto referente a democracia es relevante para poder comprender el porqué del funcionamiento de muchas sociedades actuales si de gobierno se habla. Después de épocas de crisis y guerras a nivel mundial, fue necesario establecer nuevos sistemas que dieran la voz al pueblo, que le dieran a la gente esa capacidad de elegir a sus representantes que tomarían decisiones en beneficio de ellos.

Jeffrey Alexander cita a Talcott Parsons en referencia a la democracia a través del sufragio y dice que “en una democracia [...] el aspecto más crucial del respaldo es la votación o, por

decirlo de otro modo, la votación es el acto por el cual se encauza políticamente la solidaridad” (Alexander, 1990:64). Indudablemente, el voto es aquel instrumento que la democracia brinda a los ciudadanos de forma que ellos sepan que son tomados en cuenta, pero no de forma individual sino generalizada.

¿Por qué la votación implica necesariamente la generalización del respaldo? En una sociedad numerosa y compleja, un líder no puede representar cada uno de los intereses de sus votantes. El votante no puede “trocar” su poder; no puede actuar de manera instrumentalmente racional, guiado por el lema “Te doy mi voto y a cambio me das lo que quiero”. Cuando votamos por alguien entendemos que eventualmente nuestros intereses instrumentalmente racionales quedarán satisfechos, pero puede llevar un largo tiempo y entretanto es muy posible que sólo se satisfagan intereses generales e indirectos para nosotros [...] el votante debe otorgar su confianza a un dirigente que cuenta con aceptación general. Esta confianza, sumada en millones de votos, es un aporte a la producción de poder que legitima al funcionario electo. Si el poder es legítimo, será aceptado aunque los intereses específicos del votante no resulten satisfechos en el corto plazo. (Ibídem)

Son varios los países de la región de Latinoamérica que cumplen con este esquema de otorgar un sufragio para hacer valer la democracia, la voz del pueblo, pero cabría reflexionar ¿En verdad el pueblo elige a sus representantes? Los allegados al ámbito político ingresan a los partidos y deben cumplir con ciertos estatutos para llegar a ser elegidos como candidatos a algún cargo de elección popular.

“No todos pueden tener acceso a los cargos de elección, pero, más aún, no todos tienen acceso a los medios de elección; no todos pueden aspirar a ser elegidos. Las causas de este nivel de exclusión política están legitimadas en el discurso de la democracia representativa, en donde los individuos delegan (no renuncian) en los representantes su poder de decidir sobre asuntos públicos.” (Gacitúa y Sojo, 2000:63). Son esos representantes los que esquematizan las necesidades principales que se cree tiene la ciudadanía para entonces proponer alternativas a través de una campaña electoral y si ésta cubre las necesidades de los individuos entonces será la que triunfe.

Hay países como Estados Unidos, Francia y Argentina que manejan de forma distinta las elecciones presidenciales, ya que permiten el método conocido como “segunda vuelta” a quien obtenga el 50 por ciento más uno de los votos.

En el caso de México, el sistema democrático a través de las elecciones otorga el triunfo por “mayoría relativa” a aquellos candidatos que ganan porque su partido fue el que obtuvo más votos en relación con los demás, independientemente de si la suma de los sufragios de los oponentes más los votos nulos es mayor a la del partido al que se declara ganador, tampoco es necesario el voto de todo el padrón electoral para llevar a cabo los comicios, el 100% será el total de aquellos que hayan sufragado. Sin embargo, al ser un sistema oficial establecido en para elegir al poder que velará por el pueblo durante un sexenio se debe respetar.

- **Contexto histórico**

En 1929 Plutarco Elías Calles fundó el Partido Nacional Revolucionario (PNR), el cual posteriormente sería rebautizado por Lázaro Cárdenas en 1938 como Partido de la Revolución Mexicana (PRM), su nombre actual es Partido Revolucionario Institucional (PRI) el cual quedó establecido con dicho nombre en 1946 por Manuel Ávila Camacho, dicen ellos mismos a través de su página de Internet (Página Oficial del Partido Revolucionario Institucional, 2012): “el PRI inició un camino de incansable liderazgo mediante el cual ha ayudado a que los mexicanos construyamos la gran nación que somos hoy en día”.

Si se habla de un contexto histórico, se hace notar que precisamente en esas décadas desde 1929 hasta 2000, la designación de los candidatos dependía más del famoso *dedazo* que de la elección interna por parte de un partido político. A su vez, las elecciones nacionales transcurrían como mero trámite para llegar a obtener el nombre de quien fuere el próximo Presidente de la República.

Fue en el año de 1939 cuando se registró la segunda fuerza política llamada Partido Acción Nacional (PAN), pero no tendría candidatos que representaran competencia para el PRI hasta muchos años después. Ellos autodefinen su fundación como: “fruto del esfuerzo de la sociedad civil, no del gobierno” (Página Oficial del Partido Acción Nacional, 2012).

El desempeño de los gobiernos priístas no fue siempre ascendente. Se crearon y consolidaron instituciones sociales, se avanzó cuantitativamente en la educación, se estableció un sistema de salud para la mayoría de la población, se incrementaron las universidades públicas, se creó el Sistema de Transporte Colectivo (Metro) y otros avances más. Sin embargo, el régimen priísta no fue capaz de ofrecer empleo pleno ni de distribuir la riqueza en términos equitativos. En los sexenios de José López Portillo y Miguel de la Madrid, se registraron devaluaciones vertiginosas.

La inconformidad ante la designación de Carlos Salinas de Gortari como candidato presidencial del PRI en 1987 provocó una ruptura histórica en el partido gobernante. Personajes como Cuauhtémoc Cárdenas, Porfirio Muñoz Ledo e Ifigenia Navarrete se separaron del partido y dieron paso a la conformación de un Frente Democrático que contendió por la presidencia de la República con Cárdenas al frente, pero cabe aclarar que aún en el año de 1988, era el Gobierno Federal quien realizaba el proceso de las elecciones y por tanto, Cárdenas en un fallo del sistema perdió la elección. En 1989 se fundó el Partido de la Revolución Democrática (PRD), partido que asevera tener como misión principal “democratizar la vida política de México” (Página Oficial del Partido de la Revolución Democrática, 2012).

Tras el arribo de Carlos Salinas de Gortari a la presidencia de la República se creó el Instituto Federal Electoral (IFE) para regular el proceso de las elecciones de manera externa al gobierno para generar más confianza en los procesos electorales. En el año de 1994 llegó a la presidencia Ernesto Zedillo, quien sería el último presidente del PRI en la República de forma continua y que es importante resaltar que al final de su sexenio aceptó la derrota de su partido. Es también necesario aclarar que en ese lustro transcurrido de 1995 a 2000, el

PRI también perdió la jefatura de gobierno del Distrito Federal, que hasta la fecha conserva el PRD.

En el año 2000, el PAN lanzó un candidato carismático que se ganó la simpatía de algunos sectores del pueblo mexicano, un hombre que vestía y hablaba de forma coloquial, alguien que tenía dotes de líder, era sencillo, rompió con el estereotipo del candidato rígido para convertirse en alguien que en apariencia comprendería a cada mexicano; el PAN ganó entonces las elecciones del año 2000, gracias en parte a la construcción de la imagen del candidato presidencial. “El 2 de julio de 2000 llegó y con éste la victoria de Vicente Fox, quien se transformó en presidente de la República con un 45.52 por ciento de los votos, ante el azoro de los priístas que alcanzaron el 36.10 por ciento”. (Valles, 2009:22)

Para 2006, los punteros en la contienda presidencial fueron el candidato perteneciente al PRD, Andrés Manuel López Obrador y el candidato del PAN, Felipe Calderón Hinojosa, quien finalmente fue declarado vencedor de la contienda.

Además, fueron aprovechados algunos traspies del mismo candidato como llamar “Chachalaca” a Vicente Fox o la publicación del salario exorbitante que ganaba el chofer *Nico* para iniciar una campaña negativa que lo aludía con la frase “López Obrador, un peligro para México”, en aquella ocasión los medios de comunicación masiva como la radio y la televisión transmitieron estos anuncios que hicieron que algunas personas, de último momento, cambiaran su intención del voto por otro candidato. En las elecciones de 2006, el candidato del PRI, Roberto Madrazo Pintado, no figuró como puntero. Cabe aclarar, que nunca en la historia de México se había llevado a cabo una elección presidencial con cifras tan cerradas como las de esa ocasión.

Tras el arribo de Felipe Calderón a la silla presidencial, de 2006 en adelante el PRI aprovechó para reconstruirse como institución y brindar una imagen diferente a la ciudadanía a la que bautizaron como *Nuevo PRI*, con el que poco a poco comenzaron a recuperar gobiernos municipales y estatales.

- **Elecciones 2012**

Para el año 2012, el PRI estaría consolidado nuevamente como partido de oposición con un gran porcentaje del territorio nacional gobernado por éste, por tanto se vería listo para dar batalla por la presidencia de la República Mexicana. Según las estadísticas presentadas por la Federación Nacional de Municipios de México, A.C. (FENAMM), de los 2440 municipios que hay, 1510 (62%) son gobernados por el PRI, 473 (19%) por el PAN, 322 (13%) por el PRD y el resto (6%) por otros partidos. (FENAMM, 2012).

Así mismo, la FENAMM proporciona las cifras de gobiernos estatales. De los 31 estados del país más el Distrito Federal, 23 son gobernados por el PRI, es decir 74% del territorio nacional, 7 estados son gobernados por el PAN (23%) y 1 por el PRD (3%) más la capital nacional, lo que refleja cómo el PRI logró posesión de las diferentes gubernaturas y por tanto, adquirió una mayor intención de voto.

En las elecciones que transcurrieron a mitad de 2012, eran cuatro los candidatos que contendían por la presidencia de la República: Josefina Vázquez Mota, Enrique Peña Nieto, Andrés Manuel López Obrador y Gabriel Quadri de la Torre; los primeros tres punteros de la elección que al final ganó con mayor porcentaje Peña Nieto, representante del PRI.

No obstante, no fue tan sencillo que Enrique Peña Nieto lograra triunfar en estas elecciones, ya que fue blanco de muchas protestas, sobre todo juveniles, como la llamada “Yo Soy 132”, que nace de la rebelión de estudiantes de la Universidad Iberoamericana que encararon al candidato con pancartas y gritos de desapruebo en su contra, 131 estudiantes de ellos revelaron sus nombres y matrículas vía Internet y motivaron a otros jóvenes para crear una protesta masiva que tenía tendencias a favor del candidato del PRD, mismo que subiría en las encuestas y trataría de dificultar que Peña Nieto triunfase y aunque al final Peña ganó la elección, muchos jóvenes quedaron inconformes con el resultado y hasta el momento siguen organizando reuniones y marchas en las capitales de los estados y en el Distrito Federal.

De acuerdo al IFE, los resultados de las elecciones fueron los siguientes: el candidato del Partido Revolucionario Institucional obtuvo 19 millones 226 mil 784 votos, es decir, el 38.21% del total de los sufragios; Andrés Manuel López Obrador del PRD tuvo 15 millones 896 mil 999 votos (31.59% de los sufragios) y Josefina Vázquez Mota 12 millones 786 mil 647 (25.41%) (Instituto Federal Electoral, 2012), por lo que, a diferencia de las elecciones de 2006 fue notoria la cantidad de sufragios que separaban al candidato del PRI del segundo lugar: el representante del PRD.

Un aspecto importante de mencionarse en estas elecciones fue el manejo que se dio a la imagen de los candidatos y quizá particularmente al de Enrique Peña Nieto a través de Internet, herramienta que se volvió una pieza clave para transmitir información. Fotografías, videos, mensajes, perfiles sociales y por supuesto páginas Web oficiales son sólo un ejemplo de aquello que se transmitió en el ciberespacio generando un nuevo tipo de impacto con personas allegadas a las redes y que presentaron una novedosa interacción con los candidatos, en esta ocasión se podía comentar, hacer críticas o difundir información extra oficial en los diferentes puntos de la red Web.

Enseguida, se hará mención de algunos conceptos importantes que giran en torno a la construcción de la imagen y el discurso de los candidatos presidenciales, comenzando por el manejo de estos elementos a través de los medios de comunicación masiva.

- **El papel de los medios de comunicación en la difusión de la imagen política**

Los medios de comunicación masiva son importantes como transmisores de información, ellos se encargan de dar a conocer aquello de lo que toda la gente se puede enterar. La publicidad que se realiza a través de los medios en tiempos electorales construye la imagen de los candidatos, la transmite y la reafirma, así mismo la difusión de los spots coadyuva también para la descalificación de los oponentes. Sin duda alguna, los medios de comunicación son una pieza clave para que todo el público, esté donde esté y pertenezca a la región que pertenezca o sea de alguna clase social específica conozca algo relevante. Al respecto dice Janowitz (1966) que “los medios masivos de comunicación comprenden las

instituciones y las técnicas mediante las cuales grupos especializados utilizan determinados recursos tecnológicos para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso”. Se amplía entonces el objetivo de los medios masivos de comunicación. De transmitir información a difundir “contenidos simbólicos” como afirma Janowitz, de ofrecer opiniones y de tender incluso a conformar una opinión pública.

La prensa, la radio y la televisión tienen ese rol especial de transmitir información a un gran número de personas. Muchos compran un periódico o una revista de forma habitual, otros en sus casas, en el trabajo o en los traslados en automóvil escuchan la radio y muchos más miran el televisor en sus casas y por tanto, permanecen alertas de lo que ocurre en la sociedad a través de esos medios. Las noticias o información de la que fueron partícipes la comentan con otras personas y se mantienen al tanto de los hechos ocurridos a nivel local, nacional o internacional.

Los mensajes que transmiten los medios masivos son recibidos por individuos específicos situados en contextos socio-históricos definidos. Estos individuos ponen atención a los mensajes de los medios en distintos grados de concentración, los interpretan activamente, les atribuyen sentido y los relacionan con otros aspectos de sus vidas. (Thompson, 2002:15-16)

Sin embargo, a pesar de que el uso de los medios masivos de comunicación tradicionales — y sobre todo la televisión— sigue siendo relevante, en pleno siglo XXI ha entrado una nueva herramienta que es Internet y que ofrece modos de comunicación alternativos y diferentes para la sociedad, Internet se encuentra en lo que ahora conocemos como ciberespacio.

- **El ciberespacio**

Una definición de uso generalizado de Internet es la que la denomina como una “red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación” (Real Academia Española, 2012) que tiene el servicio más famoso si de redes se habla. La WWW (World Wide Web)

permite la revisión y acceso a prácticamente todas las redes de hipertexto³ que hay en el mundo de Internet. Cabe aclarar que al inicio, Internet fue empleada para usos bélicos y por empresas que contaban con el capital para tener una base de datos propia.

Internet surge en un contexto de globalización, donde las fronteras se han ido rompiendo entre las naciones y entonces la población accede al uso de esta herramienta, en ella se puede navegar a través de buscadores, tener un correo electrónico, un perfil en varias redes virtuales como Facebook y Twitter por citar las más utilizadas en 2012, opinar en foros de discusión, leer y comentar entradas en blogs, descargar documentos o programas y un sinnúmero de cosas que se pueden consultar por esta vía.

A todo ese cúmulo de información de la que es partícipe mucha gente se le llama ciberespacio, “un medio adecuado para las representaciones sociales, es una gran comunidad en donde desfilan humanos mediados por nicks y bits” (Sánchez, 2005:222), incluso se puede conocer gente nueva que vive en otras partes del mundo, adquirir productos y crearse vidas virtuales en diversos juegos. Indudablemente, es una herramienta que al cabo de algunos años logrará tener más público cautivo en la realidad virtual al pendiente de todo lo que ocurre al instante, además, a pesar de la creación de leyes recientes como SOPA o ACTA la gente encuentra un espacio en sus comunidades virtuales para la libre expresión.

Hoy en día ponemos la etiqueta de virtual a todo con lo que nos encontramos o a todo lo que experimentamos en el <<ciberespacio>>, ese lugar imaginario al que nos transportan los ordenadores cuando nos conectamos a Internet: amigos virtuales, sexo virtual, universidades virtuales, visitas virtuales a ciudades virtuales... Antes de que Internet se introdujera, casi de la noche a la mañana, en nuestras vidas cotidianas, la virtualidad de la tecnología digital estaba asociada al concepto de RV [Realidad Virtual], que se puso de moda a finales de los años ochenta. (Ryan, 2004:43)

³ Páginas web con texto e imágenes que a su vez tienen links o se puede hacer clic en determinados vínculos para acceder a otras páginas.

En el ciberespacio la sociedad se acostumbra a jugar con la personalidad, dice las cosas sin temor a represalias y el aspecto político ha ingresado en él, precisamente como se ha generado un impacto del uso de Internet en la población sobre todo juvenil, se ha buscado interactuar con ellos a través de la creación de páginas Web y perfiles sociales de los candidatos y los funcionarios públicos.

En el caso de México, sobre todo en 2012 durante el proceso de elecciones se pudo ver una alta participación juvenil ciudadana a través de los espacios virtuales, en donde opinaban, proponían criticaban o se mofaban de las propuestas de los candidatos, a este espacio de interacción ciudadana con la política se le ha acuñado el término *ciberpolítica*, el cual se definirá más adelante.

- **Internet y México en cifras**

Año con año el uso de Internet en los hogares y por los individuos aumenta. Además de que son varias compañías en México las que ofrecen servicio de Internet, ahora las compañías de celular lo otorgan a través de teléfonos móviles, algunos más hacen uso de los café Internet y otros aprovechan las redes de acceso libre en plazas públicas y comerciales.

De acuerdo a los datos arrojados por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y por la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) en 2011 se alcanzó la cifra de 42.5 millones de usuarios de computadoras y 37.6 millones de usuarios en Internet. El Distrito Federal tiene una mayor proporción de usuarios de Internet, del total de su población, 53.6% de los mayores de 6 años utilizan Internet. A nivel nacional, el 23.3% de los hogares contaba con una conexión a Internet. El grupo poblacional que más emplea Internet es el que se encuentra en el rango de 12 a 34 años de edad, de este grupo, es el 64.5% el que hace uso del servicio de la red Web, así mismo, se menciona que el principal uso que se da a las computadoras es en un 52.3% para realizar labores escolares, 48.6% para actividades vinculadas con la comunicación, 40.2% entretenimiento y 29.4% trabajo. (INEGI y COFETEL, 2011).

Por otra parte, según los resultados del Estudio 2011 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), se estimó en un apartado la utilización de Internet por aquellos cibernautas que son partícipes de la política nacional. El 51% de los usuarios de Internet en México consideran esta red como un medio idóneo para decirle al gobierno lo que debe hacer, 45% consideran factible que por medio de Internet las autoridades comprendan lo que la gente piensa, 26% consideran que gracias a Internet la gente tiene más poder político, 34% estimaron que Internet ha permitido comprender mejor la política, 63% de los usuarios de Internet en México tienen la mayoría de edad para poder sufragar, 58% de los usuarios de Internet a nivel nacional consideran a las redes virtuales como una de las principales fuentes de información en México, 87% de los usuarios de Internet en México están registrados en alguna red virtual, de éstos 95% afirmaron estar registrados en Facebook, 45% están registrados en Twitter. Estas dos redes virtuales son las más populares en el país. (ITESM, 2011).

Al respecto, Octavio Islas (2012), especialista del estudio del ciberespacio, afirma que a pesar de que Internet no sea empleado como medio de comunicación primario en el desarrollo de las campañas presidenciales, si eventualmente la contienda es cerrada, la diferencia puede ser establecida a partir de la calidad del trabajo persuasivo y propagandístico en los distintos ambientes mediáticos de Internet (redes virtuales y blogs principalmente) por los equipos de campaña de los candidatos y se afirma que la distribución de los usuarios de Internet en México por edades es un dato que debería interesar a los equipos de campaña de los candidatos presidenciales, sin embargo, el verdadero reto radica en diseñar estrategias idóneas para despertar el posible interés de los usuarios de Internet indecisos en México.

- **Ciberpolítica**

El término *ciberpolítica* es una mezcla de lo que se conoce como *ciberespacio* y la noción de *política*. En la actualidad, a todo aquello que tenga que ver con computadoras e Internet se le acuña el prefijo “ciber”, por otro lado, el la actividad que desempeñan el gobierno, los

funcionarios públicos y otros representantes enmarcados en la democracia así como los ciudadanos al ser partícipes de las actividades del Estado es la política. Es decir, esta actividad mencionada puede llevarse a cabo a través de Internet.

En el marco de la ciberpolítica, los actores deben manejar todos los recursos que les ofrece el ciberespacio, desde construir una página Web con tendencias específicas dirigidas a un público hasta generar propaganda a través de la red Web que incluso funciona como propuesta ecológica al suprimir gallardetes, carteles y otro tipo de implementos que dañaban al medio ambiente. Así mismo se pueden enviar correos electrónicos, crear blogs o foros de discusión.

En varios países de Latinoamérica entre los que se encuentra México, el equipo de trabajo de funcionarios y candidatos crean perfiles en Facebook y Twitter para que se pueda interactuar con los cibernautas, cabe aclarar que las fotografías y los videos de arranque de campaña, debates y cierre de campaña, por ejemplo, son subidos a las páginas oficiales y a portales como YouTube, haciendo que permanezcan en Internet por tiempo indefinido y los usuarios puedan consultarlas, lo que vuelve a esta herramienta distinta a los medios tradicionales, donde la información se transmite en pocas ocasiones y además a veces recortada o con secciones omitidas.

Algunas sugerencias que se dan a través del libro Ciberpolítica (Fernández, 2008) para llevar a cabo campañas que generen impactos relevantes son, primero que nada, darle más relevancia a Internet como el municipio de Granda, España que lo otorgó como derecho fundamental para sus habitantes. En los estudios realizados en este libro se encontró también el caso de un partido de reciente creación en Venezuela, donde se dio la pauta para que el dirigente se interesara más por la comunicación más cercana “tú a tú” que por el uso de los medios de comunicación masiva tradicionales. Se dio cuenta de que el manejo del mercadeo político a través de Internet daría buenos resultados para dar a conocer el target o perfil de su partido político y entonces a partir de ahí, transmitir información de “boca a boca”. Este sitio invitaba a transmitir información invitando a varios amigos a visitarlo. Un caso más de los relevantes es el de Howard Dean —candidato demócrata de 2004 en

Estados Unidos—, en su campaña se utilizaron weblogs administrados por voluntarios que transmitían información a través de boletines y mensajería SMS. De esta forma, Howard Dean se convirtió en un candidato respetable por optimizar sus recursos económicos en las que se consideran las elecciones presidenciales más caras.

Se hace énfasis en lo importante que es mantener actualizado un sitio web, publicar imágenes o comentarios que generen empatía con las personas que lo visitan, brindar información, fechas en la agenda para las visitas de campaña, enlace y un correo electrónico para recibir comentarios de los usuarios, entre otros elementos. Así mismo se mencionan aspectos como el envío de spam, creación de banners o colocación de publicidad innecesaria en una página web como errores de campaña. México supo aprovechar bien cada elemento de la ciberpolítica en las elecciones federales de 2012.

El hecho de que la política en México se modernice implementando recursos tecnológicos innovadores no impide subrayar que el o los mensajes que envían los candidatos hacen uso de un discurso *ad hoc* cuyo objetivo fundamental es convencer, persuadir de determinados planteamientos.

- **Discurso e imagen**

Elegir a la persona que fungirá como candidato de una campaña electoral no es una tarea sencilla, un candidato necesita representar a los intereses de una sociedad, necesita tener presencia, personalidad y una imagen sólida que sea recordada por aquéllos que le otorgarán su preferencia electoral.

La imagen de Vicente Fox, por ejemplo, fue fundamental para lograr un acercamiento con los individuos que dejaron de ver una imagen rígida y autoritaria y confiaron en alguien que parecía ser más allegado con el perfil de la sociedad, más fresco, con otro lenguaje, algo distinto. La imagen al igual de Felipe Calderón resultó ser confiable, serio y por tanto agradó a la gente, en el caso de Calderón, empleó un discurso oral conciso y que invitaba a

la reflexión de las personas. A través de compromisos, promesas y mención de acciones que se llevarán a cabo logran refrendar un triunfo. “Una vez que el candidato es elegido, este compromiso normativo con los problemas generalizados se convierte en fundamento de la legitimidad, para mantener el carácter generalizado del medio político.” (Alexander, 1990:66) Al final, esa votación que se emite es la que le da el poder al triunfador y depende de ellos y su equipo de trabajo mantenerlo.

En esta ocasión, la imagen de los que fueron los candidatos en las elecciones federales de 2012 en México, aunado al discurso que emplearon también representó un papel importante. Está por ejemplo, el caso de Josefina Vázquez Mota, ella empleó la imagen de una mujer que se mostraba seria y comprometida con su familia, en ocasiones parecía que memorizaba sus propuestas políticas pues en varias ocasiones las repitió tal cual, con las mismas palabras y las mismas pausas o el mismo énfasis. Vázquez Mota representaba al poder político que había decaído en cuanto a imagen en el sexenio 2006-2012 y no logró consolidarse como una gran contrincante para ganar las elecciones.

El candidato que sorprendió a raíz del primer debate fue Gabriel Ricardo Quadri de la Torre, quien a pesar de pertenecer a un partido de menor monta supo dar propuestas sólidas y coherentes con la situación por la que pasaba México. Quadri realizó algunos spots donde emitía críticas hacia el resto de los candidatos y otros donde se mostraba como un ciudadano al que eligió el Partido Nueva Alianza para contender por las elecciones presidenciales, lo que ayudó a que su imagen se conociera y obtuviera algunos votos.

El caso de Andrés Manuel López Obrador fue polémico por el cambio de imagen y discurso que presentó comparado con el de su campaña anterior, en donde se mostró como un hombre explosivo e impulsivo, en esta ocasión trató de manejar un discurso más acorde con su imagen de hombre *amoroso* y comprometido con la sociedad, no obstante, en algunas circunstancias aparecía nuevamente comportándose de manera atrabancada. Sin embargo, sus dotes de liderazgo lo ayudaron para ganar la confianza de algunos y refrendar la de otros seguidores que lo apoyaron durante su campaña permanente en el sexenio de Calderón. El llamado AMLO se valió también de la utilización de emblemas conocidos por

toda la población como la bandera de México y la imagen y frases del ex presidente Benito Juárez.

Finalmente, Enrique Peña Nieto, para algunos pareció ser la mejor opción como candidato, para otros se convirtió en una imagen de telenovela trasladada a la vida real, siempre impecable —por algunas mujeres considerado como guapo más que como capaz para desempeñar un cargo—, intachable y con una esposa salida del mundo de la farándula, además para otros se convirtió en motivo de burla tras varios errores que cometió ante los medios de comunicación y que fueron difundidos por Internet como el video de su equivocación en la Feria Internacional del Libro en la que no pudo mencionar el título y autor de tres libros, otro en donde se encuentra dando una ponencia con un inglés mal pronunciado, el audio sobre sus frases “no soy la señora de la casa” y “el salario mínimo debe andar por los 900 al mes”, así como el tweet de Paulina Peña Pretelini —hija de Peña Nieto— diciendo “un saludo a toda la bola de pendejos, que forman parte de la prole y solo critican a quien envidian!... (sic)” después del error de su padre en la FIL. Siguiendo la idea de Octavio Islas (2012) entendemos que las redes virtuales, dicho por él mismo se han convertido en un *espejo indiscreto* que da a conocer el otro lado de la imagen y el discurso que le han manejado a ciertos actores de la esfera pública.

Cabe aclarar que un discurso tiene una intencionalidad, dicho desde Roman Jakobson (1956), los discursos mantienen la función del lenguaje apelativa, la cual tiene como objetivo persuadir, ordenar y convencer al receptor de la frase de que haga aquello que le ha sido indicado. El convencer deba llevar consigo un sustento que haga que el receptor quede satisfecho con aquello que se le ha dicho, “convencer a alguien no es tarea sencilla. Por esta razón solemos limitarnos a argumentar, olvidando que el objetivo de la argumentación es más ambicioso: se trata de *argumentar para convencer*”. (Breton, 2009:14).

Es por ello que los discursos que pronuncian los candidatos mientras fungen como tales deben estar contruidos por personas expertas que saben utilizar perfectamente todos los elementos con los que conseguirán generar un impacto en las personas mayores de edad que emiten su voto. Por ello retomo la noción de Helena Calsamiglia y Amparo Tusón

(2007:1) que ven al discurso como “parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social”. Así también, el discurso está clasificado como oral, escrito o visual.

La modalidad oral es natural, circunstancial al ser humano y constitutiva de la persona como miembro de una especie. Se produce en —y con— el cuerpo, aprovechando órganos del sistema respiratorio y de diferentes partes de la cabeza [...] También los movimientos de los ojos, diferentes expresiones faciales y otros movimientos corporales forman parte importante de la oralidad así como las <<vocalizaciones>> y otros <<ruidos>> [...] La modalidad escrita no es universal, es un invento del ser humano, se aprende como un **artificio** que utiliza como soporte elementos materiales [...] los órganos del habla se sustituyen aquí por instrumentos [...] guiados por la mano”. (Ibídem:15-16).

Por otra parte, el discurso visual aparece como ese refuerzo de los tipos de discurso anteriores, donde relacionamos aquello que conocemos con las imágenes que se nos presentan y a partir de allí recodificamos elementos que nos son familiares y que nos ayudan a permear, reforzar o cambiar nuestra percepción sobre algo.

En una sociedad de la imagen, la cultura de lo visual representa una nueva forma de percepción. El ojo público finca la mirada de nuestras relaciones sociales. El intercambio simbólico donde el lenguaje se construye como el puente de entendimiento que permite establecer relaciones significativas con imágenes. El mundo que nos ha tocado vivir es de imágenes que reflejan nuestra forma de vida, ser y pensar. Nuestros deseos, sueños y memorias pasadas. Esto se logra por la relación de las imágenes y nuestros contextos lo que comúnmente llamamos “Mediación Icónica”. (González, 2010:91)

Los tres elementos juntos hacen que la imagen de los candidatos adquiera relevancia para ser dada a conocer a aquel público que está por decidir sobre una preferencia electoral, claro, siempre se necesitará de un buen director de campaña y un excelente manejo de imagen, además de que los medios de comunicación la difundan como es esperado para lograr el impacto buscado, dichos elementos se desglosarán en los siguientes capítulos.

CAPÍTULO 1

TEORÍA DE LA CIBERIMAGEN POLÍTICA

El trabajo de investigación que se presenta, tiene distintos enfoques desde los cuales es visto, en primer orden la comunicación política como parte de llevar a cabo procesos electorales para ejercer la democracia en relación con los receptores, toma en cuenta la construcción de la imagen y el discurso de las figuras políticas públicas que representan a los partidos y que realizan propuestas que buscan satisfacer los intereses de los votantes para con ello obtener el triunfo después de la campaña.

En segunda instancia los medios de comunicación como difusores de las propuestas, discursos y acciones políticas. La prensa, la radio y la televisión juegan un papel importante en el proceso democrático, ya que dan a conocer información que los votantes conocen y que complementa la decisión final que se tomará para emitir el sufragio; los medios de comunicación hacen uso de una herramienta relativamente reciente que se llama Internet, por lo que perpetúan y magnifican información a través de ésta, que además tiene la característica particular de permitir a los individuos retroalimentar información y difundir elementos que no se dan a conocer en los medios tradicionales por sí solos.

En tercera instancia está el discurso, mismo que es la carta de presentación que una figura política utiliza para darse a conocer ante los medios de comunicación y ante los receptores que elegirán al mejor postor sobre el cual emitir su voto o depositar su confianza. El discurso puede escudriñarse a través de categorías de análisis de las modalidades escritas, orales y visuales, mismas que permiten conocer el trasfondo en la elaboración y pronunciación del discurso como parte fundamental de la construcción de la imagen política. A continuación se da a conocer el panorama de estas tres vertientes en mención.

1.1 Comunicación política

La política es una acción que ha sido llevada a cabo a partir de sociedades que han ejercido sistemas de gobierno que tienen representantes ante las sociedades y que llevan a cabo

distintas formas de hacer valer su autoridad ante las personas. Pero también es cierto que en estas sociedades de todo el mundo, la comunicación ha sido un elemento clave para poder entablar diálogos y por tanto llegar a acuerdos para de esta forma, mantener al sistema político en función de manera constante.

Si se unen las dos ideas, aparece el concepto de *Comunicación Política*, en donde se incluye ese diálogo entre los gobernantes y los ciudadanos apoyado de los medios que hacen amplia y masiva la difusión de las determinaciones de los representantes de gobierno, dice Ochoa (2006, p.2) que “en la actualidad, resulta difícil para cualquier político gobernar sin el concurso de los medios de comunicación masiva”.

El concepto de comunicación política en sí mismo “ha estado cargado de numerosas controversias, ambigüedades e imprecisiones [...] algunos, en ese empeño por salir del impás, han creído más conveniente abordar dicha problemática desde la investigación y la delimitación de sus campos de estudio” (Monzón, 1996, p.217), es así que los campos de estudio bajo los cuales se ha construido el concepto están sembrados en la Politología y la Sociología de la cual se derivan diversas disciplinas como las Ciencias de la Comunicación.

La inserción de los medios masivos de comunicación en la esfera política ha determinado rumbos distintos para los procesos democráticos, ellos fungen como las herramientas encargadas de mantener a los sujetos informados y en capacidad de emitir juicios para participar en los asuntos de gobierno, “los medios masivos contribuirán, idealmente, a propiciar un clima de opinión donde todos puedan participar y lograr consensos [...] así, la comunicación política se orientará a abordar fenómenos de liderazgo y poder en el campo de la función pública y de la influencia social” (Ochoa, 2006, p.3).

A pesar de que algunos autores han concebido a la Comunicación Política como dos conceptos por separado que actúan en situaciones específicas, otros autores la han concebido como un todo, un sistema que sí determina situaciones clave en toda la conformación gubernamental que incluye también las transiciones políticas a través de las elecciones, es por ello que Habermas (1981, p.38) aclara que estas acciones se desarrollan

en “espacios públicos de comunicación” permeados por sistemas de control de los que son partícipes los actores sociales y que los hacen formar parte del círculo democrático del país en el que habitan.

Al respecto de ese sistema político, Meadow (1980) afirma que la comunicación política se da a partir del “intercambio de símbolos o mensajes que, con un significativo alcance, han sido compartidos por, o tienen consecuencias para, el funcionamiento del sistema político”, visto de esta manera, la comunicación forma una parte fundamental necesaria para la democracia, pues los actores sociales aprenden qué tipo de rol desempeñan dentro del sistema y por tanto qué tipo de operaciones llevar a cabo para continuar el desenvolvimiento en el mismo.

Entre las acciones que se dan en el proceso de la comunicación política, asevera Moragas (1979) que se emplean los “sistemas de comunicación como instrumentos organizativos de la actividad política y administrativa” que hacen posible la comunicación democrática en las sociedades de masas.

Ante estos enfoques, se retoma a Ochoa (2006, p.4) que condensa algunos de los conceptos anteriores definiendo a la Comunicación Política como “el proceso de transmisión y recepción de mensajes, desde y hacia los componentes del sistema político”, en este proceso están inmersas las relaciones de poder surgidas en tiempos, lugares y contextos específicos que son determinantes en el mantenimiento, evolución de los gobiernos y los procesos políticos diferentes como son los electorales, los discursos políticos y las acciones del gobierno que incide de forma directa sobre la sociedad a través de representantes que la gente reconoce, sobre los cuales establece juicios de valor que determinan el rumbo de sus acciones posteriores.

Sobre ello, Cayrol (1973) agrega al sistema político el *sistema de la televisión* [o sistema de los medios de comunicación] y asevera que “la comunicación política moderna refuerza el papel de las personalidades. Tiende a confiar a la institución-televisión un papel autónomo en la selección de los problemas alrededor de los cuales debe desarrollarse el debate

político, en la elección de los temas a debatir en la comunicación entre gobernantes y gobernados”, en sus estudios se refiere a la televisión, pero en una relación analógica con los medios modernos como Internet, si se siguen las mismas ideas de Cayrol, que es en este tipo de herramientas donde “el acontecimiento político se desarrolla. La televisión [y otros medios] da[n] el tono [...] asegura[n el] ritmo, y pone[n] el énfasis en los grandes momentos”.

Es por ello que se puede afirmar que “la comunicación política es un área interdisciplinar que tiene por objeto de estudio el papel de los medios de comunicación en el proceso político” (Rospir, 2003, p.21). Bajo esta definición hay elementos clave que forman parte de esta modalidad de las Ciencias Sociales, con lo que se puede decir que la comunicación política:

Está centrada en narrar, estudiar y analizar cómo la política es comunicada y presentada por los políticos y los medios de comunicación a los ciudadanos. Está centrada en conocer las transformaciones que para el funcionamiento de la democracia traen las nuevas ejecuciones de los medios de comunicación [...] a través del ciclo continuo de su trabajo diario. La comunicación política incide, por tanto, en el lugar central y [en] los nuevos papeles políticos que los medios de comunicación desempeñan en las democracias consolidadas y en los países de transición a la misma (Ibídem).

A través de los medios, la comunicación política se vale de herramientas para lograr triunfos y posicionamientos. Entre los ejemplos más claros están la publicidad o propaganda política que llega a los receptores de forma constante. Es decir, el gobierno, los ciudadanos y los medios forman una triangulación que coadyuva a completar la noción del concepto de comunicación política.

La naturaleza interdisciplinar desde la que se estudia la comunicación política es la que conduce al núcleo de propuestas y objetivos de investigación, es decir, a la pregunta de a quiénes sirven mejor las prácticas informativas y políticas: si a los propios medios para afianzar y aumentar su poder y nuevo papel político, si a los políticos para desarrollar y

alcanzar sus objetivos, o a los ciudadanos para mantener y ejecutar el concepto de ciudadanía intrínseco a toda democracia (Ibídem).

La conjunción de comunicación y política abre un campo que desde las disciplinas de Politología y Sociología por sí solas no se alcanza a abordar. El hecho de que los medios de comunicación hagan acto de presencia en los procesos políticos y de que se inmiscuyan de manera directa en los procesos electorales es una preocupación que hoy en día atañe a los estudiosos de las ciencias sociales en el ámbito político, ya que significan ópticas distintas ofrecidas a los ciudadanos.

En la comunicación política existe persuasión, y los medios también muestran tendencias políticas que pueden influir en el electorado; por ello, en la comunicación política también está inmersa la opinión pública, sin la cual no sería posible llevar a cabo la política tal como es actualmente, dicen Wolton y Ferry (1989) que la comunicación política se convierte en “el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos.”

Además, esa retroalimentación existente entre la triangulación mencionada con anterioridad, hace que pueda retomarse otra acepción más de comunicación política, en donde Panebianco (1982) complementa el concepto mencionando; dice que ésta puede verse como “el tipo particular de mensajes —y de informaciones— que circulan dentro del sistema político y que son indispensables para su funcionamiento, ya que condicionan toda su actividad, desde la formación de las demandas hasta los procesos de conversión, y las respuestas del mismo sistema”.

Al hacer referencia a un *tipo particular de mensaje* se puede comprender entonces que la comunicación política posee una amplia gama de mensajes dirigidos con objetivos y fines específicos referentes a discurso, contruidos de tal manera que puedan llegar a los receptores con el propósito de obtener de ellos un puntal importante que permea a la democracia: el voto, al respecto menciona Kuschick (2006) que “en el caso de la

comunicación política ningún tipo de mensaje es enviado sin un propósito o una intención, ya que la comunicación se transforma en una arena en donde los distintos políticos traban distinto[s] tipo[s] de luchas para acceder a la voluntad y al beneplácito ciudadano”. Por ello es que es de suma importancia tanto la emisión como la recepción y retroalimentación de todos los mensajes enviados a través del círculo que representa la comunicación política.

Canel hace también un recuento de las definiciones de la comunicación política, sobre lo anterior concluye que “la Comunicación Política es entonces una categoría que abarca gran parte de todas las actividades persuasivas que se realizan en el espacio público” (Canel, 2006, p.9), así mismo, del Rey Morató aclara que “La comunicación política nos habla, sí, de los hechos del poder, pero también de los fines de la vida, de los valores, de las metas de la existencia de la sociedad, de lo bueno y lo malo, lo correcto y lo erróneo, y de todo aquello por lo cual viven o deberían vivir los miembros de una sociedad” (Del Rey Morató, 2010).

Por todo lo anterior es que se puede entender a la comunicación política como esa amplia categoría en la que están englobados conceptos tan importantes como el sistema político y su funcionamiento a partir de elecciones, democracias, *marketing* político, construcción de la imagen política y acción de los individuos respecto a las figuras políticas que presentan ante las situaciones de gobernabilidad y también de procesos electorales.

La consolidación de la comunicación política como área de estudio es debida, y esto es de naturaleza relevante, al auge actual de la comunicación y los estudios de comunicación, pero esto no excluye —insistimos una vez más— a otras disciplinas con las que es preciso colaborar y entenderse. La presencia de la comunicación ha servido para denominar al campo e identificarlo, algo muy distinto a aislarlo del resto de sus vecinos (Rospir, 2003, p.24).

Para profundizar en conceptos que se abordarán a lo largo de este trabajo de investigación, es conveniente definir también los enfoques conceptuales que se tienen de la democracia, los procesos electorales y la imagen política como elementos que darán forma al objeto de estudio a abordar.

Sobre la democracia, Touraine (1995) establece que existen tres dimensiones de la misma que deben tomarse en cuenta: “respeto a los derechos fundamentales, ciudadanía y representatividad de los dirigentes”. Este sistema es el que ha sido empleado en los gobiernos para hacer valer la voz y el voto de los ciudadanos pertenecientes a un lugar, posterior a la represión que se tuvo con gobiernos de tipo absoluto.

Sin embargo, Touraine distingue que no existe una democracia ideal como la que se estipula de manera teórica, asegura que la democracia es diferente según las experiencias en lugar, tiempo y espacio sobre los cuales se lleve a cabo este proceso y así es como distingue también tres tipos de democracia:

El primer tipo da una importancia central a la limitación del poder del Estado mediante la ley y el reconocimiento de los derechos fundamentales [...] el segundo tipo da la mayor importancia a la ciudadanía, a la Constitución o a las ideas morales o religiosas que aseguran la integración de la sociedad y dan un fundamento sólido a las leyes [...] un tercer tipo insiste más en la representatividad social de los gobernantes y opone la democracia, que defiende los intereses de las categorías populares, a la oligarquía, ya se asocie ésta a una monarquía definida por la posesión de privilegios o bien a la propiedad del capital (Ibídem, pp.46-47).

Entre los procedimientos democráticos de la cultura política se encuentran distintas formas de la sociedad para hacerse escuchar, y ello depende, como dice Touraine, del tipo de democracia que se tenga, que además los países adaptan de acuerdo a sus sistemas y modos de gobierno que ejerzan.

Dentro de la democracia, pueden ser los individuos los que directamente den a conocer sus opiniones y propuestas que van a presentar a los dirigentes políticos, por otra parte, en países como México, la democracia se encuentra dada a través de representantes que llevan al frente propuestas correspondientes a un grupo de personas que tienen algo en común, así mismo, en la democracia, el gobierno puede crear elementos de integración ciudadana para que los individuos pertenecientes a una colectividad puedan ser parte de las decisiones de las autoridades y participar activamente a la par de los mismos.

Autores como Woldenberg (2006) aseguran que la calidad de la democracia en un país depende de la calidad de los partidos políticos y de los medios de comunicación como transmisores de los mensajes referentes a propuestas y acciones que el gobierno lleve a cabo para los miembros de la sociedad, sobre esto mismo, Sartori (2003) aclara que la definición literal del término democracia no corresponde a la manera en cómo se lleva a cabo esta actividad en las diferentes sociedades, la democracia en sentido literal es ideal y la puesta en práctica es la de los hechos.

La democracia tiene además distintas formas de ser llevada a cabo por los ciudadanos, entre algunas de las formas más conocidas de la democracia están las manifestaciones, las denuncias y los consensos, entre otros, pero para tener directamente una voz que elegirá quiénes son los representantes se utiliza como herramienta el voto, el cual en México, según los estatutos del que fuera llamado Instituto Federal Electoral, debe tener la característica de ser libre y secreto, sin embargo, Toussaint (1995) aclara que “la democracia no consiste únicamente en la posibilidad de ejercer el voto secreto y universal. Ésta va mucho más allá e incluye el ejercicio de la libertad de expresión para todos los sectores, independientemente de que estén organizados en partidos políticos”.

Además, antes de emitir el voto, existe una serie de pasos que se da al interior de los partidos políticos, desde la cual se elige a los candidatos que irán al frente tratando de dar propuestas que sugieran una mejora en las necesidades que presente la sociedad en un instante y lugar específico, se llevan a cabo campañas donde existe propaganda en los medios de comunicación y cada candidato da a conocer un discurso y una imagen diseñados especialmente para el momento en que se dan los procesos electorales.

Ahora bien ¿Qué son y en qué consisten los procesos electorales? Éstos forman parte de todo un sistema electoral en donde están partidos políticos que contienden de forma individual o a través de coaliciones, representantes de los partidos políticos que son los candidatos a ocupar cargos de funcionarios públicos: presidentes, senadores, diputados, gobernadores, presidentes estatales y municipales, síndicos y regidores que aparecen en una planilla sobre la cual las personas marcarán a los que sean de su preferencia.

Este concepto se construye siguiendo a Nohlen (1994), quien define que “el proceso electoral es el fenómeno institucional más frecuente y reiterado de la política en los estados contemporáneos, en condiciones democráticas expresa la obligación y el compromiso periódico por parte del Estado para la renovación de los diferentes órganos que lo constituyen”.

Así mismo, Nohlen asegura que es el Estado quien construye y propicia todas las condiciones necesarias para llevar a cabo un proceso electoral, desde los elementos físicos —personas— que participarán en una contienda, hasta los implementos que los mismos usarán como son publicidad impresa o audiovisual y los elementos como credenciales de identificación y boletas sobre los cuales los electores plasmarán su decisión final para darle carácter de legítimo a quienes hayan sido elegidos.

“La legitimación del poder se refrenda a través de los comicios realizados con características tales que garanticen el cambio de dirigentes gubernamentales de manera inobjetable, limpia, creíble” (Valles, 2008, p.7) para lo cual existe un organismo que se encarga de velar por todo el proceso, en México es el Instituto Federal Electoral (IFE), de manera reciente reformado a Instituto Nacional Electoral (INE), que en cada período de elecciones realiza los comicios a niveles municipal, estatal y federal.

Los procesos electorales no son homogéneos a lo largo y ancho de la República Mexicana. Cada proceso responde a la evolución y desarrollo propios de cada entidad. Desde la ubicación geográfica y la extensión territorial que ocupan hasta la conformación de su electorado, la clasificación de éste por sexo, edad, escolaridad y las singularidades de su clase política (Ibídem, p.8).

Además, en el juego de los procesos electorales está la construcción de la imagen política, un elemento importante pues se trata de quien llegará hasta el público receptor para lograr el tan esperado objetivo del convencimiento. A partir de la imagen pública que es de conocimiento del público en general, está la construcción también de una imagen como representativa del poder.

Gordoa (2003) señala un breve recorrido por la definición de la imagen política, desde el cual se puede observar que a lo largo del tiempo se ha construido este elemento ligado a cuestiones de poder y liderazgo de grupos específicos con representantes legítimos en los diversos sistemas de gobierno. Gordoa define a la imagen política como:

Un recurso, un instrumento, una herramienta, un proceso y un método para acceder al poder, para competir por él, para ejercerlo y conservarlo [...] la imagen política es un proceso cuyo fin último está relacionado con el poder, entendido éste como la capacidad para hacer que otros hagan lo que en condiciones normales no harían (Gordoa, 2003, p.351).

La imagen política representa un elemento indispensable en la idea que las personas se forman de la figura de los representantes políticos que accederán al gobierno. En la democracia mexicana, el ejercicio del voto se da tras haber presenciado la competencia de varios candidatos a un cargo público, pero esos candidatos han pasado por un proceso de construcción de su imagen y su discurso, como si se tratase de la venta de un producto, en donde triunfa quien hizo la mejor oferta política.

“De esta forma, la imagen política será el resultado de un proceso de creación, promoción, difusión y comunicación que le permite al actor político presentarse ante los diferentes segmentos ciudadanos proporcionándoles la información que requieren para que sea seleccionado entre las distintas opciones de competencia” (Ibidem, p.352); los actores sociales se integran a este sistema en donde la imagen representa, sobre todo actualmente, un elemento primordial para llamar la atención, ya que en sí mismas representan un discurso.

Sobre las imágenes y su propio discurso, Krieger (2006) asevera que “las imágenes no se reducen a una función decorativa ni afirmativa de las construcciones verbales, pues constituyen un propio medio de expresión, con un lenguaje visual específico” y es por ello que las imágenes generan impacto en las personas que las reciben y perciben. En el plano político, las imágenes son fundamentales como determinantes y complementos del discurso

político, siempre dadas a conocer, difundidas, reforzadas y magnificadas por los medios masivos de comunicación.

1.2 Medios masivos de comunicación

Los medios de comunicación son actores que median entre públicos específicos, éstos dan a conocer información de manera masiva, es decir, son sectores amplios los que reciben los mensajes difundidos sobre los cuales tienen conocimiento y forman parte de la cotidianidad.

Los medios de comunicación son tecnologías que han permeado la forma de ser, convivir y actuar de la sociedad, “se pueden definir como los canales tecnológicos o artificiales por medio de los cuales se busca, selecciona, produce y transmite la información dirigida a grandes colectivos” (Bonvín, 2006, p.15). Estos medios se han encargado de generar nuevos espacios de interacción social, además se encuentran en todos los ámbitos: político, educativo, cultural, económico, entre otros.

“A través de ellos recibimos la mayor parte de la información, y constituyen una fuente inagotable y viva de conocimiento. Los medios de comunicación sirven para transmitir la información a los ciudadanos, aunque habiten en lugares distintos y distanciados” (Ibídem, pp.15-16), es decir, los medios son el vehículo para construir los mensajes que son difundidos a diario y a todas horas.

Además, “todos los medios son metáforas activas por su poder de traducir la experiencia en nuevas formas” (McLuhan, 2009:85), éstos dan a conocer fragmentos de la realidad por la que atravesamos, a diario estamos en contacto con los medios de comunicación y es difícil imaginar hoy en día una sociedad sin estos implementos, probablemente se trataría de una sociedad aislada y carente de información.

Hoy en día, los medios aparecen como una extensión del ser humano, difunden aspectos relevantes y dan cuenta de elementos de los que las personas son partícipes, no obstante, en

México los medios de comunicación dan a conocer no toda la gama de información que se espera tener, sino aquella que las empresas deciden que debe salir a la luz. “Los medios de comunicación son instrumentos necesarios en una sociedad avanzada para difundir la cultura y el conocimiento; pero siempre existirá el peligro de que las personas que estén detrás de ellos los utilicen con fines manipuladores o de contrainformación” (Bonvín, 2006, p.16).

Otra característica de los medios de comunicación que debe tratarse con precaución es el hecho de que los mensajes difundidos plagan de información a la gente, es un tránsito de elementos múltiples que sobrecargan de datos a la sociedad, y se corre el riesgo de que se difunda quizá a manera de cotilleo y no como información de calidad que pueda profundizarse y generar un impacto representativo, eso sin contar que conforme avanza la tecnología, los medios de comunicación también se transforman e ingresan en nuevos espacios y ámbitos.

“Estamos afrontando el universo de los nuevos media que en los últimos años han modificado sensiblemente nuestro modo de comunicarnos y de desarrollar numerosas actividades creativas, lúdicas y profesionales” (Bettetini, 1995, p.17), nos encontramos en un momento en el que el tránsito de información del que se habló con anterioridad, cada vez acompaña más a las personas en todo instante.

En la actualidad, un solo dispositivo como el teléfono celular, permite el acceso a todos los medios de comunicación que forman parte de plataformas incluidas en una herramienta que ha cobrado fuerza en las últimas dos décadas: Internet, la cual aún no ha sido considerada como medio de comunicación alternativo, sólo vista hasta el momento como otra de las herramientas difusoras de la información que brindan los medios tradicionales.

A continuación, se definirá a los medios de comunicación tradicionales que hoy en día se insertan en Internet, de manera que se logre establecer la diferencia existente entre cada uno de ellos para poder entender la importancia que hoy en día cobra la red Web como condensadora de toda la información existente, que además almacena páginas Web con

datos que en otras circunstancias se perderían; cada medio tiene peculiaridades que hoy se trasladan al ámbito virtual para ser consultadas por los usuarios.

La prensa “ha potenciado la opinión y la interpretación” (Bonvín, 2006, p.28), una publicación periódica permite a la gente hacerse de información que puede leer, guardar y compartir, con la cual puede también reflexionar y emitir juicios. La prensa ha sido una forma clásica de transmitir datos al inicio o a mitad del día, es consultada en diferentes espacios, la misma prensa permite una difusión local de negocios o ventas, por ejemplo, y tiene como géneros primarios la información, la opinión y el entretenimiento.

La prensa es una forma confesional colectiva que proporciona una participación comunal. Puede <<pintar>> los acontecimientos, utilizándolos o dejando de utilizarlos. Pero es la exposición comunal diaria de múltiples artículos en yuxtaposición la que confiere a la prensa su compleja dimensión de interés humano (McLuhan, 2009, p.240).

En una publicación lanzada por la prensa, hay un cúmulo de artículos de todo tipo con formatos visualmente llamativos, con títulos que absorben la atención y datos reiterativos que hacen que se recuerde de manera sencilla la información presentada. Algunas publicaciones son además de dimensiones grandes, otros periódicos son de tamaños más pequeños, con cada sección separada por la nota más llamativa, y la portada del periódico tendrá siempre al frente el titular o nota del momento, la que más interesa de acuerdo al enfoque de la publicación.

De acuerdo con Menéndez y Toussaint (1989), la prensa en la actualidad utiliza elementos que las nuevas tecnologías le proporcionan, ahora los tirajes de periódicos son decenas, cientos o miles de acuerdo a la circulación que éstos tengan, y los hay regionales, estatales, nacionales; en periodicidad pueden salir a diario, cada mes, dos meses, etcétera; en blanco y negro o a color.

La prensa también ha formado parte importante en los procesos políticos, sobre todo es importante saber que algunos tipos de periódicos y revistas se manifiestan en tendencias políticas de derecha o izquierda, otros son más neutrales pero de acuerdo a su estructura

tienden a presentar información que se inclina hacia algún lado en especial. La prensa se encuentra ya dentro de Internet, prácticamente todas las publicaciones cuentan con versión digital, además de tener perfil en Facebook y cuenta en Twitter, y en otras redes virtuales como LinkedIn, Instagram, etcétera.

La radio es otro medio de comunicación tradicional, “es el sistema basado en el sonido, la palabra, la música y los silencios” (Bonvín, 2006, p.183). A diferencia de la prensa, mencionada con anterioridad, la radio requiere de la atención auditiva de sus receptores y al carecer de imágenes opta por la capacidad imaginativa de quien tiene acceso a las sintonías.

La radio difunde spots que juegan más con los matices de voz y los niveles e intensidades de la música para generar un impacto distinto, más sensible y emotivo. “La radio afecta a la gente de forma muy íntima, de tú a tú, y ofrece todo un mundo de comunicación silenciosa entre el escritor-locutor y el oyente. Éste es el aspecto inmediato de la radio. Una experiencia íntima” (McLuhan, 2009, p.343).

Transmitida a través de frecuencias y amplitudes —FM y AM—, la señal de radio llega a sitios distintos en los cuales los locutores emplean su voz para llamar la atención de las personas, emplean también música y comerciales entre cada programa que se emita. La radio puede ser escuchada a través un aparato diseñado especialmente para captar esa señal, en casa, en la oficina, en el automóvil, pero también puede ser sintonizada por dispositivos como el teléfono celular o la computadora.

A través de la radio, se transmiten diferentes programas que van desde los noticiosos o informativos hasta los de entretenimiento. En todos los casos, los programas de radio difieren de publicaciones impresas y de programas transmitidos por la televisión, pues en ellos se toma en cuenta que el receptor no tiene otro sentido más para prestar atención que el del oído. Las voces de los locutores es lo que se conoce, no su imagen; el mensaje que se escucha es el que generará impacto, lo demás es construido en la mente del radioescucha.

En la actualidad, la radio también es transmitida por Internet, así como puede captarse en una computadora conectada al ciberespacio la señal de las estaciones que se encuentran abiertas, también pueden sintonizarse estaciones locales, regionales y hasta particulares que se encuentran tomando señal de Internet para poder darse a conocer, y de esta forma brindar una gama de temas muy variada.

Por otra parte, la televisión “es el medio de comunicación basado en la producción y transmisión de imágenes y sonidos simultáneamente a través de ondas o cables destinados al público en general, o a un sector del mismo, con fines políticos, religiosos, culturales, artísticos, informativos, comerciales o publicitarios” (Bonvín, 2006, p.197).

La televisión, a diferencia de los medios mencionados anteriormente, contiene imágenes en movimiento, información dada por una persona de la cual se conoce su rostro y su nombre, tiene sonidos y un texto escaso, limitado a nombres de marcas promocionadas de forma publicitaria, datos de referencia y breves mensajes que complementan lo que se visualice.

La prensa muestra sólo una imagen que engloba a la noticia o al evento, la radio abre la oportunidad de imaginar el suceso narrado, pero la televisión presenta las cosas como si fuesen una evidencia de la realidad que se da a conocer a través de este medio. Sin embargo, la televisión no representa una copia fidedigna de la realidad como se cree, “el carácter peculiar de la imagen de televisión en su relación con el actor produce reacciones tan familiares como la incapacidad de reconocer en la vida real a una persona que vemos cada semana por televisión” (McLuhan, 2009, p.363), se crea una ilusión que se reconstruye con aquello que se conoce en la vida real, pero atrapa al espectador de una forma impresionante.

La señal de televisión llega de forma abierta o transmitida por antenas digitales o sistema de cable, y cada programa presenta su versión de la realidad, que aunque aparenta ser toda, es fragmentada sólo en lo que cada emisor considera relevante o que está en la obligación de mostrar, no se encuentra en la televisión todo lo que se quisiera conocer.

La televisión puede, paradójicamente, ocultar mostrando. Lo hace cuando muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone se ha de hacer, es decir, informar, y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo elabora del tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad (Bourdieu, 1996, p.24).

Así como los anteriores, la TV también se encuentra en Internet, existen en línea las repetidoras de los canales abiertos pero también portales como Netflix que permiten ver series sin cortes comerciales. Es otra manera de mirar televisión a través de un medio digital.

Tras lo antepuesto, es que no podemos definir aún a Internet como medio de comunicación, ya que sólo es un soporte que alberga a los anteriores, pero es una herramienta que al englobar a los medios de comunicación, permite una interacción diferente del receptor con sus emisores; en Internet no sólo tenemos información impresa en una edición, sino información acumulada en espacio no físico (kilobytes, megabytes, gigabytes, terabytes...), no sólo escuchamos radio sino que a la par podemos navegar en sitios distintos, no sólo vemos una noticia o un programa de televisión, sino que comentamos esa información, no sólo la vemos una vez, podemos comentarla y compartirla con otras personas que se encuentren en Internet al mismo tiempo que nosotros.

Internet “es un sistema de comunicación global que conecta millones de ordenadores, independientemente de su localización geográfica, y que nos conduce directamente a lo que se ha denominado *ciberespacio*” (Bonvín, 2006, p.236), el lugar en donde transita un cúmulo de información a cada segundo y por todo el mundo, información hospedada por servidores a los que se puede ingresar, mismos que almacenan gran cantidad de datos que pueden o no desaparecer.

En el mayor de los casos, Internet alberga información que queda almacenada en la Web por tiempo indefinido. Toda la red que es Internet, se ha creado a partir de enlaces de Hipertexto, que es un “texto compuesto por fragmentos de texto y por los enlaces electrónicos que los conectan entre sí [...] se refiere también a un tipo de texto electrónico,

a una tecnología informática radicalmente nueva y, al mismo tiempo, a un modo de edición” (Landow, 2009, p.45).

Internet brinda información en diferentes idiomas, aunque el nombre de muchos servidores, buscadores o páginas web sea en inglés, existen páginas que de forma automática traducen información y permiten acceder a contenidos que ya no se pueden considerar exclusivos. Internet también ha construido un lenguaje propio, por esta red es que se han concebido términos tales como *chatear* o *accesar*, provenientes precisamente del vocablo inglés que los individuos aprendieron a utilizar para el entorno virtual.

Internet es el nombre de una red muy grande que conecta datos que a su vez circulan por toda la Web, es una “red constituida por las diferentes redes interconectadas en el mundo. Es la precursora de las autopistas de la información” (Wolton, 2000, p.28) y que además permite un nuevo modo de comunicación entre las personas. En Internet se puede conversar con muchas personas al mismo tiempo o con una por un periodo breve o extenso sin que cueste más de lo que cobra la empresa que brinda Internet de forma mensual en México. Además:

A nivel tecnológico, Internet intensifica los flujos de información no territoriales: vuelve obsoletas las cartas, las revistas, eventualmente la TV [...] recupera la información textual y la vuelca a un esquema multimediático verdaderamente interactivo en tiempo real [...] a nivel social, intensifica la erosión de los límites (tanto como la migración y el fortalecimiento de las entidades políticas supranacionales), vuelve obsoletas las esferas nacionales públicas, recupera los niveles subnacionales de integración social, y construye mundos, aunque no territorialmente marcados, paradójicamente locales (Piscitelli, 2005, p.126).

Esto se refiere a que el proceso de la globalización en el mundo incluye a Internet, que rompe figuradamente fronteras entre lugares e individuos situados en esos lugares que encuentran en la red Web una manera nueva de establecer contacto y desarrollar actividades que antes eran cotidianas dentro del ciberespacio.

El ciberespacio es un lugar que incluye características propias, como si se tratara de un lugar alternativo que visitar a partir de la realidad cotidiana, en él también se encuentran partes de nosotros como información, fotografías, documentos, páginas de agrado propio que se han visitado, entre otros elementos. El ciberespacio ha facilitado que los medios tradicionales se inserten en él a manera de datos que pueden ser consultados por todos los que visitan la red Web. “En ese escenario que se dibuja en el horizonte convivirán los medios tradicionales —prensa, radio y televisión— y los nuevos medios en red, todo lo que ha aparecido en Internet y todo lo que surgirá en ese entorno” (López, 2001).

Entonces, el ciberespacio al contener una nueva forma de consulta de información y de interacción entre individuos, genera elementos culturales que se insertan en la Web, desde la utilización de nuevos lenguajes hasta el empleo de elementos virtuales que facilitan actividades que antes sólo podían ser llevadas a cabo en la realidad. Como ejemplo de ello está la consulta de material bibliográfico en bibliotecas digitales, descarga de artículos de diversas revistas nacionales e internacionales que son publicadas en la Web o creación de perfiles sociales para darse a conocer en el ciberespacio.

A todo lo anterior, se le engloba en un término conocido hoy como *cibercultura*, “una nueva forma de construcción de vida social a través de nuevas formas de contacto y de relación, de vínculo” (Galindo, 1998, p.15), esto quiere decir que la cibercultura se ha insertado en todos los espacios de la cotidianidad: educativo, profesional, personal, religioso, deportivo, etcétera.

Son la cibernética y la cultura los que han dado forma al término cibercultura, por un lado, Beer (1959) define a la cibernética como la ciencia que se relaciona con el flujo de información en los sistemas, y en cuestión de cultura Thompson (2002) encuentra a ésta como el escenario en donde tienen cabida las diversas formas simbólicas surgidas en contextos sociales estructurados, así mismo, Lull (1997) dice que la cultura es el conjunto complejo y dinámico en donde interactúan las personas con todo el entorno (cosas, cosmovisiones, actividades).

Lévy (2007) hace referencia al término ligado de *cibercultura* indicando que se trata del conjunto de los sistemas culturales conjuntos con las nuevas tecnologías digitales, término que también ha sido reconocido como *cultura digital* o *cultura de la sociedad digital*, para Lévy, la cibercultura ha desembocado del crecimiento del ciberespacio.

Galindo (2005) también indica que se trata del espacio tecnológico moderno en donde se desenvuelven diversas formas de interacción, relaciones sociales y vínculos dados en el entorno virtual, complementa Amozurrutia (2007) que la cibercultura no es nada más que la cultura donde se conjuntan el conocimiento, la comunicación y la información. Ahora, los individuos ocupan gran parte de su tiempo para reconstruir y ampliar la cibercultura, “Puedo consignar las horas que el ciudadano global pasa ante el televisor, junto a la radio, hojeando los diarios y, cada vez más, navegando por Internet” (Silverstone, 2004).

Una de las actividades que pueden darse a través del ciberespacio es la política. Hoy en día, los procesos electorales pueden ser llevados a cabo utilizando el entorno virtual. El término *ciberpolítica* (Fernández, 2008) es una mezcla de lo que se conoce como ciberespacio y la noción de política. En la actualidad, a todo aquello que tenga que ver con computadoras e Internet se le acuña el prefijo “ciber”, por otro lado, la actividad que desempeñan el gobierno, los funcionarios públicos y otros representantes enmarcados en la democracia así como los ciudadanos al ser partícipes de las actividades del Estado, es la política. Es decir, esta actividad mencionada puede llevarse a cabo a través de Internet.

En el marco de la ciberpolítica, los actores deben manejar todos los recursos que les ofrece el ciberespacio, desde construir una página Web con tendencias específicas dirigidas a un público hasta generar propaganda a través de la red Web que incluso funciona como propuesta ecológica al suprimir gallardetes, carteles y otro tipo de implementos que dañaban al medio ambiente. Así mismo, se pueden enviar correos electrónicos, crear blogs o foros de discusión.

El implementar herramientas novedosas en la política, permite estar a la vanguardia en el lapso en que se llevan a cabo los procesos electorales como una alternativa de estar latentes

en los espectadores que incluyen a su democracia, los elementos que les brindan las tecnologías como Internet. A través del ciberespacio, los electores pueden opinar sobre asuntos referentes a los partidos políticos y los candidatos, a la vez que conocen información que circule de los mismos por Internet, información almacenada que los medios tradicionales no muestran o que no se pudo presenciar al instante de la transmisión (en el caso de radio y televisión) o si no se adquirió la publicación que la contenía (en prensa).

Asevera del Rey Morató (2010) que “la irrupción de Internet supone un desafío para la política, un desafío para los medios de comunicación tradicionales —ellos también están en la red, y se enfrentan a fórmulas novedosas e imaginativas de comunicación, que ya no controlan—, y un desafío para la nueva ciudadanía de la democracia, cuya participación en el debate público pasa ahora por la red”.

Un aspecto fundamental dentro de las acciones llevadas a cabo en la ciberpolítica, es la construcción de la imagen y el discurso de las figuras públicas que se dan a conocer dentro de Internet. El que una figura tenga una imagen particular que pueda trasladarse al ciberespacio es sumamente relevante para que los electores sean capaces de identificarla y crear vínculos en el ciberespacio hacia dichas figuras.

Los perfiles sociales de funcionarios públicos y candidatos, a diferencia de los perfiles de los ciudadanos espectadores, son seguidos por cientos o miles de personas, y no reflejan del todo la forma de pensar de quien está emitiendo los mensajes, ya que al ser una figura pública requiere también de un discurso apropiado que genere el impacto deseado en las personas que lo siguen. A esa conformación de la imagen y el discurso de un funcionario o un candidato, tomando como referencia las concepciones anteriores se le puede llamar *ciberimagen política*, al estar plasmada dentro del entorno virtual pero cumplir con los requerimientos de hacer política en Internet.

Las figuras públicas en el ciberespacio adquieren otro tipo de interacción con los usuarios del mismo, pueden retroalimentar comentarios positivos o negativos que se les hayan

realizado y colocar información o propuestas que consideren relevantes a las que los usuarios pueden criticar o complementar con alguna sugerencia. Internet es una herramienta que puede utilizarse entonces para generar la sensación de mayor proximidad con el público.

Así, la ciberimagen política se traduce como la imagen pública de un actor político plasmada en el ciberespacio con el fin de lograr un acercamiento hacia los ciudadanos que se desenvuelven en el mismo campo y que buscan reforzar la idea que los medios de comunicación tradicionales les han generado sobre una persona por la cual van a votar o a la cual van a seguir para estar al tanto de sus acciones. Una forma de comprender qué es lo que las figuras públicas políticas quieren dar a conocer al involucrarse con los cibernautas es conociendo el discurso que construyen tanto de manera escrita —la cual permanece almacenada en el soporte Internet— como de manera visual, elemento indispensable dentro de las prácticas ciberculturales.

1.3 El discurso

Ahora bien, un último enfoque sobre el cual se aborda este trabajo es el del discurso, mismo que brindará la herramienta metodológica principal con la cual se llegará a la comprensión de la construcción de una imagen plasmada en el ciberespacio que busca el convencimiento del elector para lograr el objetivo de una elección: llegar al poder.

Como definición, Calsamiglia y Tusón (2007, p.1) refieren que “hablar de *discurso* es, ante todo, hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del *uso lingüístico contextualizado*, ya sea oral o escrito”, aunque bien otros autores como Barthes (1986) encuentran en la imagen la forma de hacer del discurso un elemento visual en sí mismo.

El discurso está estructurado a través de elementos del lenguaje que lo organizan para darle coherencia y sentido, “la lengua, como materia primera del discurso, ofrece a quienes la usan una serie de opciones (fónicas, gráficas, morfosintácticas y léxicas) de entre las cuales

hay que elegir en el momento de (inter)actuar discursivamente”. Llevar a la práctica los discursos significa establecer un enunciado hecho de tal manera que consiga un objetivo planteado a través de funciones como informar, instruir o persuadir, por ejemplo.

Este trabajo aborda al discurso como una herramienta empleada en relaciones jerárquicas de poder, un discurso está conformado de tal manera que emplea funciones del lenguaje y de manera general, los discursos políticos se forman a través de la función apelativa de la lengua, indica Jakobson (1956), que esta función también llamada conativa, tiene como fin último persuadir o convencer a un público para que realice lo que el emisor espera.

Las investigaciones realizadas desde muy diferentes tradiciones, han promovido el reconocimiento del discurso como medio de acción y de intervención política. El lenguaje ya no es considerado sólo como un vehículo destinado a transmitir informaciones, sino también como un dispositivo que permite construir y modificar las relaciones de los interlocutores, sean éstos individuos o grupos sociales bien definidos (Gutiérrez, 2002, p.4).

Los discursos son generados en momentos clave en los que se necesita que un receptor esté al tanto del mensaje emitido para actuar en consecuencia de éste, un discurso puede apaciguar el ambiente, pero también puede generar controversias, temor u otro tipo de manifestaciones sociales que responden a lo que se pronunció, por lo cual deben ser elaborados a partir del objetivo que se persiga para que un mensaje no sea malinterpretado, “los discursos casi siempre se producen y se reciben en el seno de una o más instituciones sociales que determinan tanto el contenido, como la forma del mensaje, además de la recepción del mismo” (Ibídem).

Un discurso además, sea transmitido de forma oral, escrita o visual puede generar también que un grupo de personas se adhiera a algún tipo de ideología o manera de pensar sobre la realidad al acoplarse a la forma de ser de un sector social, por lo que “los estudios que se han realizado tanto en el campo de la ideología, como en el del discurso, han llevado a aceptar que el medio más específico donde se materializa la ideología es el discurso” (Ibídem).

Para que un discurso consiga el objetivo que se plantea debe ser construido de tal manera que el lenguaje que maneje sea acorde al público al que desea llegar, que emplee elementos incluso de oratoria para poder pronunciarse con toda claridad y la exactitud que debe tener, además de complementarse con la parte no verbal del lenguaje que incluye ademanes, gestos y el tono de la voz que se utilice para referir distintas secciones del texto, por ello, la gramática juega un papel importante dentro de esta conformación.

“El discurso puede describirse en distintos niveles de *estructura*. Estas estructuras son explicadas de diversas formas, por ejemplo, por la sintaxis, la semántica, la estilística y la retórica, así como por el estudio de géneros específicos, como los de la argumentación y la narración de historias” (Van Dijk, 2005, pp.20-21); el discurso está compuesto por elementos que juntos y trabajados de manera adecuada logran que se reciban los mensajes por diversos medios, en ocasiones en tiempo real y en otras ocasiones en tiempo diferido, pero de acuerdo al soporte que se utilice para su transmisión logrará como se ha recaldado, fines específicos.

De acuerdo a las modalidades mencionadas del discurso, se empezará por definir al discurso oral, éste se produce bajo la interacción social, pero ya hablar del plano de un discurso elaborado de manera específica para darse vía oral requiere de la utilización de elementos como la retórica.

Una conferencia, un sermón, un discurso inaugural, por ejemplo, requieren de un alto grado de preparación, de elaboración [...] llegar a dominar esas formas de hablar no es sencillo y por eso el desarrollo de la competencia comunicativa oral es también parte de la educación lingüística (Calsamiglia y Tusón, 2007, p.16).

“La oralidad cumple funciones estéticas y lúdicas” (Ibídem). El discurso oral requiere entonación adecuada, volumen de la voz suficiente para el espacio y el número de espectadores —puede incluso emplear artefactos como micrófonos y amplificadores de sonido para adecuarlo—, matices en la pronunciación con los cuales se produzcan sentimientos en los receptores de las diversas escenas sociales.

Para explicar la oralidad construida con un objetivo y no simplemente por obedecer a reglas de lenguaje, Benveniste se refiere a enunciación, asevera que ésta es “poner a funcionar la lengua por un acto individual de utilización [...] es el acto mismo de producir un enunciado” (1999, p.83), bajo esta situación de enunciación caben todos los elementos considerados para emitir un discurso de forma hablada, en donde se toma en cuenta que un discurso emitido de tal manera no sólo es presencial sino que puede ser visto también de forma diferida en tiempo y espacio —a través de una grabación o un video en Internet, por ejemplo—.

El discurso oral es distinto a los otros tipos de discurso, ya que el impacto que éste genere estará relacionado con la empatía que las personas adquieran con el emisor, y la forma en la que el discurso repercute en la forma de ser y actuar de quien lo haya presenciado, y esto depende de factores diversos como la entonación, el lenguaje adecuado al público al que se va a dirigir el discurso, los elementos corporales que reflejen lo que se quiere decir, así como del nivel de atención que se consiga.

Por otra parte, se encuentra el discurso escrito, éste mantiene diferencias y similitudes con el discurso oral; el escrito también se realiza para públicos específicos pero se encuentra totalmente diferido en espacio, puede ser consultado por personas que se encuentren situadas en lugares distantes o en tiempo muy distinto, por ejemplo, los libros permanecen a lo largo del tiempo, algunos incluso se leen con lenguaje que resulta arcaico o jerga difícil de comprender por el hecho de ser un material que llega a diferentes personas sin haber sido preparado para un instante particular.

No obstante, el discurso escrito también es un refuerzo del discurso oral, en repetidas ocasiones, el discurso escrito es preparado mucho antes de llevar a cabo la práctica oral, y puede ser preparado por personas que no cumplirán con el rol de emisor. Por otro lado, el discurso escrito es también una fuente que puede causar impactos distintos de acuerdo a la persona que lo consulte.

De acuerdo con Charaudeau y Maingueneau (2005) el discurso escrito tiene una característica que el discurso oral no posee, y ésta refiere al hecho de que, de manera escrita, el lector del discurso puede hacer conjeturas, críticas o juicios, puede leerlo cuantas veces sea necesario para comprender el sentido de lo que se dice y volverlo a leer en otras circunstancias.

En el discurso oral, al ser pronunciado por un emisor que le da su propia entonación y su propio ritmo, se refleja un sentido diferente; y a menos que sea grabado y reproducido más adelante por medios tecnológicos, el receptor no puede realizar inferencias tan pronto al ser testigo de la emisión del mensaje justo en ese instante.

De acuerdo a Breton (2009) el discurso escrito bien preparado con anticipación es un reforzador excelente de la oralidad, que será bien ejecutada si se tiene en cuenta desde antes la utilización de artefactos físicos técnicos, Breton asevera que un discurso bien argumentado es capaz de lograr el convencimiento que se necesita para que las personas se dirijan hacia el objetivo del emisor.

El discurso visual es una manera más de conseguir objetivos pero a través de aquello que puede observarse, los elementos lingüísticos no lo son todo, incluso en el tipo de discursos mencionados anteriormente se requiere de un refuerzo visual a manera de complemento, sobre todo si se habla de la época actual, como bien lo afirma Landow (2009), las personas necesitan de esos elementos gráficos llamativos que los atraigan hacia algo.

El discurso oral necesita que el emisor llame la atención a través de gestos, ademanes o el propio vestuario, maquillaje y peinado; el discurso escrito requiere de tipografía llamativa en los títulos, formato de párrafos en el texto y en ocasiones —como en los periódicos y revistas— de imágenes que acompañen al texto y que dan cuenta, como lo afirma Sontag (2006), de una parte de la realidad que necesitan constatar los individuos a través de una fotografía o un cuadro realizado en alguna época que plasma un hecho verídico.

El discurso visual también tiene elementos que permiten considerarlo como un emisor de mensajes hacia públicos diversos, si lo visual no fuese una forma de discurso, no se recurriría a la composición de la imagen a través de colores o elementos en movimiento que llamen la atención de las personas.

Barthes (1986) habla de la existencia de una *retórica de la imagen*, que también juega con las emociones de las personas, que les refleja una realidad conocida y cercana disfrazada de sentimientos que se producen en momentos clave. Barthes se enfocó principalmente a mensajes visuales publicitarios como forma discursiva, los cuales van más allá de una simple fotografía que quiere promocionar algo, incluye mensajes que a la persona le darán certeza de que optó por la decisión correcta.

Barthes también desmentiría la frase “una imagen vale más que mil palabras”, ya que él ve a la imagen como un reforzador de los elementos que la complementan sin los cuales algunas de éstas no tendrían sentido, los relevos textuales y sonoros —en el caso de la publicidad visual— vuelven todo el discurso un elemento completo, compuesto por los tres elementos: oral, escrito y visual.

La actividad política ha recurrido al discurso como una de las herramientas primordiales para estar en contacto con la sociedad, durante los gobiernos y también durante las actividades de campaña electoral se recurre a estrategias orales, escritas y visuales que se muestran de forma constante para mantener a las personas atentas a los mensajes emitidos e inclinarlas hacia alguna postura en específico.

Para poder encontrar de qué manera se manejan los mensajes contruidos por los emisores, existe una herramienta que permite crear esquemas y categorías para determinar posturas políticas, los tópicos a los cuales se hace énfasis y también aquellos que no son mencionados y la razón por la cual no fueron dichos de acuerdo al contexto que permea el discurso en el momento en que fue pronunciado.

El análisis del discurso es esa herramienta metodológica de corte cualitativo que permite la comprensión a profundidad de los mensajes pronunciados. Cabe aclarar que esta herramienta maneja una amplia variedad de enfoques, se pueden analizar discursos narrativos, ideológicos, conversacionales, artísticos, políticos, entre otros, así mismo, profundiza en las categorías gramaticales artículo, sustantivo, adjetivo, verbo, adverbio, pronombre, preposición, conjunción e interjección para definir su uso concreto dentro la intencionalidad discursiva.

El análisis del discurso es el “estudio del uso real del lenguaje por locutores reales en situaciones reales” (Van Dijk, 1985, pp.1-2), en las que surgen oraciones construidas con el objetivo de transmitir mensajes “para fines sociales, expresivos y referenciales” (Schiffrin, 1987). El análisis del discurso pretende “poner en evidencia e interpretar la relación entre las regularidades del lenguaje y las significaciones y finalidades expresadas a través del discurso” (Nunan, 1993, p.7).

En específico, al analizar discursos referentes a relaciones de poder con los individuos — aspectos que tienen que ver con la política—, se recurre a una derivación de la herramienta conocida como Análisis Crítico del Discurso (ACD). “El ACD interpreta el discurso —el uso del lenguaje en el habla y en la escritura— como una forma de “práctica social”. El hecho de describir el discurso como práctica social sugiere una relación dialéctica entre un suceso discursivo particular y las situaciones, instituciones y estructuras sociales que lo enmarcan” (Fairclough y Wodak, 2001, p.367).

Como herramienta metodológica, el análisis del discurso en estudios de política cobró fuerza a partir de los estudios realizados por autores pertenecientes al llamado estructuralismo lingüístico, el cual brinda las vertientes de lenguaje y discurso, así como de los mensajes emitidos por las instancias que interactúan con la sociedad creándoles mensajes específicos con fines precisos.

El análisis del discurso, pero sobre todo del discurso político, surge de los aportes esenciales de dos áreas o campos específicos de investigación. Por un lado, el estudio del

lenguaje, que incluye las investigaciones que provienen de la lingüística, la filosofía del lenguaje, la semiótica, la retórica y la semiología. Por el otro, el estudio de los fenómenos políticos y sociales desde la filosofía, la ciencia política y la sociología; es decir aquellas investigaciones dirigidas al estudio de la ideología y el poder, más concretamente, los trabajos postalthusserianos sobre el concepto de ideología y sobre el interés de reubicar la dimensión crítica en la investigación social (Gutiérrez, 2002, p.5).

“El análisis del discurso, concebido desde una perspectiva teórico-metodológica, que vincula lo discursivo con lo ideológico, nos permite conocer y describir no solamente lo que dice el emisor de determinados discursos sino, también, el contexto y la situación coyuntural en que son emitidos” (Ibídem), es decir, esta herramienta facilita el conocimiento de la realidad de un discurso que fue transmitido o pronunciado de forma pública.

El análisis del discurso además se vale de categorías y conceptos de diferentes ramas de las ciencias sociales para ser construido, por lo cual, con él, se puede determinar bajo qué postura ideológica se guía un líder político, es una herramienta que “sirve para analizar la ideología a través del lenguaje” (Reboul, 1986) y que halla la intención de fondo existente en los mensajes dados a conocer bajo circunstancias clave en el desarrollo de los eventos públicos políticos.

Tras este acercamiento teórico al estudio realizado, se puede observar la construcción del objeto de estudio a partir de diferentes enfoques: Internet como soporte mediático de auge en la actualidad que se emplea para consulta de información pero también para interactuar con otros individuos pertenecientes al entorno virtual; al permitir una nueva forma de actuar de las personas, en Internet se construyen también nuevos aspectos sociales y culturales (cibercultura) a los que cada vez más personas tienen acceso y dentro de los cuales se llevan a cabo prácticas cotidianas que antes sólo eran vistas en el contexto de la realidad próxima.

La comunicación política es una de esas actividades realizadas hoy en el ciberespacio, sin embargo por sí sola representa otro enfoque abordado en este trabajo; la ciberpolítica deja

ver acciones llevadas a cabo en las relaciones de poder existentes en la sociedad, la emisión de mensajes a través de las páginas Web y de las redes virtuales relacionados con acciones y propuestas de campaña que la gente observa, difunde y juzga; es una manera actual e ineludible que lleva a la gente a desenvolverse en los contextos de las relaciones de poder.

Son los medios de comunicación masiva otra óptica desde la cual se aborda el presente trabajo, pero no como medios tradicionales que anulan la posibilidad de retroalimentación de los espectadores, sino como elementos que aparecen también inmersos en el ciberespacio, esa red que permite que la información dada por prensa, radio y televisión, adquiera otra magnificación y además permanezca almacenada por tiempo indefinido.

Portales como YouTube permiten la consulta de videos, fotografías, mensajes, debates políticos, propuestas, entre otros elementos llevados a través de las campañas, que al recuperarlos pueden ser analizables a través de herramientas que brinda la última óptica abordada en este trabajo: el discurso, mismo que por sí solo en sus modalidades oral, escrita y visual permite la construcción de un elemento de análisis completo para determinar tendencias y sentidos utilizados en los discursos pronunciados.

El siguiente capítulo aborda el proceso de construcción de la imagen política, la cual es fundamental para mantener el posicionamiento de un candidato a cargo de elección popular en un sentido de triunfo. La imagen política, así mismo, es difundida por los medios de comunicación tradicionales y, en la actualidad, tiene representatividad a través de Internet.

CAPÍTULO 2

LA IMAGEN POLÍTICA

“Las imágenes, artefactos cada vez más abundantes y cada vez más importantes en nuestra sociedad, no dejan de ser, hasta cierto punto, objetos visuales como los demás, derivadas exactamente de las mismas leyes perceptivas”. (Aumont, 1992, p.17).

En pleno siglo XXI, la época actual que transcurre en este momento, las imágenes forman una parte importante en la cultura, los elementos visuales que complementan a todo lo que se lee, ve o escucha permiten que se tenga una idea más amplia y además reforzadora de lo que se difundió a través de algún medio.

La imagen parece ser el elemento que las personas necesitan como testimonio de la realidad, como la muestra de que algo en verdad ocurre u ocurrió, una manera de corroborar que en verdad se está presenciando el elemento tan comentado por los demás. Desde el ámbito cotidiano, por ejemplo, una fotografía da cuenta de que una persona estuvo en un sitio con las personas a las que hizo mención, así mismo, en otros ámbitos entre los que se encuentra el político, las imágenes son la muestra clara de la existencia de las figuras públicas y de qué forma éstas se presentan ante los demás.

La imagen es también un tipo de discurso, que si bien no es escrito ni oral, transmite sensaciones, sentimientos y emociones, produce reacciones en el receptor que mira las imágenes de acuerdo a lo que se muestre en ésta, pues contiene elementos que son extraídos de la vida cotidiana de las personas, quienes ubican sitios, formas de ser, gestos, ademanes, colores, entre otras cosas que relacionan con aquellas experiencias de su realidad próxima.

Es por ello que la construcción de la imagen en las figuras públicas es fundamental para darse a conocer de formas particulares ante los receptores ¿Qué sería de un candidato que

sólo da un discurso pero no tiene presencia en los escenarios? De ahí que la construcción de la imagen política sea un elemento clave a abordar en este trabajo.

2.1 ¿Qué es la imagen?

A la más pura definición de la Real Academia Española, la imagen es una “figura, representación, semejanza y apariencia de algo” (Real Academia Española, 2013) que cada persona presencia y observa de tal manera que se queda plasmada en su memoria y lo recuerda como una forma de encontrar un acercamiento a la realidad a través de aquello que vio y que lleva a recuerdos plasmados en papel o en un medio electrónico.

La palabra imagen es un reencuentro —a través de la renovación que le ha dado la comunicación técnica— con la noción de *Imago* de la filosofía, que es esencialmente un conjunto de causas de percepción sensorial que se traducirá más tarde en lo que los platónicos llamarían el *Icono*, la “imagen material” que permite al receptor o al espectador considerar, en su conciencia, un aspecto del mundo que le es próximo o lejano, pero que en cualquier caso no está “aquí” sino “en otra parte” (Aumont, 1992, p.12).

En algunas circunstancias, se habla de la imagen como sustituto de las palabras que legitiman y generan impactos en los receptores, no obstante, la imagen en la sociedad actual funge como reforzadora de lo que se ha dicho a través de las palabras ya sea de forma oral o de forma escrita, pero si bien es cierto, hay algunas ocasiones en las que con sólo ver una imagen se puede entender un mensaje y actuar en consecuencia de la pretensión del mismo.

“Las imágenes tienen la capacidad de transmitir de una manera más fácil y rápida, ya que los tópicos e ideas expresados a través de palabras implica mayor tiempo y esfuerzo” (Kuschick, 2011, p.103) y por tanto, algunos sectores del público lo tomarán como un elemento clave que influye en decisiones a tomar y en acciones que se llevarán a cabo después de haber tenido como referente la imagen.

No obstante, indica Barthes (1976) que las imágenes no son lo único, reflejan sólo una parte de la realidad próxima, Barthes asegura que el discurso oral y escrito son el elemento

sin el cual no serían comprensibles los mensajes en su totalidad, pero la imagen permite connotaciones a través de lo visual.

Las imágenes buscan captar la atención de los receptores, y por ello es que existe incluso teoría de la fotografía que a través de la composición, la luminosidad, la velocidad de obturación, etcétera, permite que se entiendan mensajes que bajo otra circunstancia no son transmitidos de la misma forma en que lo quería quien tomó la fotografía o pintó un cuadro.

Por ello, Barthes (1986) hace mención de que las imágenes contienen denotaciones y connotaciones. La denotación es aquello que se muestra en primera instancia, el mensaje primordial que se da a conocer al público receptor, más de sentido literal, por el contrario, la connotación es un mensaje simbólico que va más allá de lo observable en un inicio, la connotación incluye el contexto bajo el cual fue tomada o pintada una imagen y en los planos publicitarios y políticos, la connotación refleja el objetivo que quiere lograrse a través de las fotografías presentadas. De la misma forma, Arnheim citado por Aumont (1992), le da dos valores a la imagen:

- a) Un valor de representación: la imagen representativa es la que representa cosas concretas (<<de un nivel de abstracción inferior al de las imágenes mismas>>).
- b) Un valor de símbolo: la imagen simbólica es la que representa cosas abstractas (<< de un valor de abstracción superior al de las imágenes mismas>>).

Así, una vez que se miran las imágenes se construye el referente para los receptores que la verán como reflejo de la sociedad en la que viven, y a pesar de que en muchas ocasiones no cuenten con los mensajes textuales que los refuercen, están construidas a partir de signos y símbolos que han sido abstraídos de la realidad, “los lenguajes [de las imágenes] están construidos mediante signos y éstos, finalmente, son la materia que constituye las imágenes” (Kuschick, 2011, p.103).

2.2 Imagen pública

De lo anterior surge el concepto de *imagen pública*, misma que existe para aquellas figuras que pertenecen al ámbito de la opinión pública, en donde es importante mantener un discurso, elementos visuales y otras características adecuadas para las personas que las toman como referente para criticarlas, juzgarlas o emitir un voto a favor de ellas, esto de manera específica en el terreno político. La imagen pública adquiere su relevancia porque de alguna manera pretende exhibir y vender la imagen de un emisor con un fin claro de obtener algo de la opinión en general.

El concepto de imagen pública se encuentra aunado al *ser* y al *parecer*, ya que el hecho de construir una imagen para presentarla a un colectivo pretende *parecer* el estereotipo de aquello que la gente espera que una figura *sea*, algo como el concepto que introduce Max Weber (1964) sobre los *tipos ideales*, referentes sociales que vuelven a un individuo o a una circunstancia en un parámetro desde el cual se fija la atención en aquello que más se asemeje a éste. Por ello es que:

Para las personas, personajes, empresas, instituciones, partidos, organizaciones es muy importante reparar en la importancia de su imagen pública, ya que ésta representa un aspecto fundamental de las comunicaciones estratégicas que los actores comunicativos establecen, de forma consciente o no, con los actores-destinatarios de sus mensajes (Peralta, 2004).

Peralta (Ibídem) proporciona también la definición de lo que puede entenderse como imagen pública, es “la percepción dominante que una colectividad establece respecto de un actor, institución o referente cultural, con base en las impresiones y la información pública que recibe”, lo que significa que el concepto de imagen pública va relacionado de manera estricta con la forma en que las personas avistan algo que se dio a conocer más allá de lo privado, además:

Sobre el concepto de imagen pública que hemos referido, es indispensable tener presente tres aspectos. El primero, entender que la imagen representa un efecto interno en el cual

intervienen algunos factores externos que condicionan el sentido de la expresividad. El segundo, que la imagen pública representa un juicio de valor cultural. Y por último, que el desarrollo de una imagen pública involucra un proceso de comunicación dirigido (Ibídem).

La imagen pública comprende diversos aspectos de orden social, entre los que se encuentran dimensiones políticas, educativas, gubernamentales, del mundo del espectáculo, cultura, deportes, entre otros. Específicamente en el plano político, “la imagen pública no consiste solo en una buena apariencia, sino en una apariencia congruente con lo de ser y parecer y ésta puede ser construida por asesores para ocultar sus defectos físicos y morales y potenciar sus cualidades” (Villalobos, 2010, p.2).

Así mismo, Gordo (2003, p.23) menciona que “cuando una imagen mental individual es compartida por muchas personas, se transforma en una imagen mental colectiva, por lo que la imagen pública será la percepción compartida que provoca una respuesta colectiva unificada”, lo que se traduce en que la respuesta del receptor hacia lo que ha percibido de una persona o de una institución será actuar en correspondencia a éste, pues le ha generado empatía y concordancia con su forma de ser y pensar. Por ello, Gordo asevera que los estímulos son causantes de la imagen pública, él dice que:

En un sentido figurado, un estímulo es la incitación para obrar o funcionar. En sentido biológico, será cualquier agente que provoque la respuesta de un organismo [...] cualquier elemento que sea percibido mediante nuestros sentidos, lo que vemos, oímos, degustamos o tocamos, constituirá un estímulo que provocará la configuración de información que viajará al cerebro y que, una vez ahí, será comparada con la preexistente para traducirla en una opinión, y con base en ella actuar a favor o en contra de lo que se percibió (Ibídem, p.24).

La imagen pública se encuentra en varias vertientes, según Peralta (Op.cit.) ésta puede abarcar tanto la imagen personal como la imagen institucional, y la intervención dentro de la imagen pública dentro de éstas lleva a pensar en seis dimensiones de expresividad, las cuales son: imagen física, imagen profesional, imagen verbal, imagen visual, imagen audiovisual e imagen ambiental.

En la imagen pública, las percepciones y las sensaciones juegan un papel fundamental para que los individuos puedan acercarse a las personas o instituciones que han generado en ellos un estímulo que provoque la necesidad de pensar en que una idea o un problema puedan ser resueltos a partir del estímulo provocado.

Gordoa (Op.cit.), quien trabaja de manera exclusiva la imagen pública, menciona que “el proceso de creación de una imagen pública tiene sus reglas”, y a continuación se mencionarán éstas, reglas que según Gordoa, se cumplen en el proceso de construir una imagen adecuada al exterior para una persona o una institución:

- Es inevitable tener una imagen: de esta forma se es percibido.
- La mayoría de las decisiones las tomamos por los ojos: la mayoría de nuestras decisiones se toman con base en lo que vemos.
- El proceso cerebral que decodifica los estímulos toma unos pocos segundos: basta un solo vistazo para determinar una decisión respecto a lo percibido.
- La mente decide basada mayoritariamente en sentimientos: se actúa en consecuencia de lo que se siente y se asume por verdadero.
- La imagen es dinámica: debe evolucionar al mismo tiempo que evolucionan sobre ésta los estímulos del receptor.
- La creación de una imagen debe respetar la esencia del emisor: a partir de la forma de ser y pensar del emisor, se construye la imagen pública del mismo.
- La imagen siempre es relativa: esto se debe a tres factores fundamentales: la esencia, el objetivo que se pretende lograr y las necesidades de la audiencia.
- El proceso de creación de una imagen es racional, por lo que necesitará de una metodología: se repite de la misma manera en cualquier caso.
- La eficacia de una imagen irá en relación directa con la coherencia de los estímulos que la causen: debe comprenderse el mensaje.
- Siempre tomará más tiempo y será más difícil reconstruir una imagen que producirla bien desde su origen: se debe tomar en cuenta la planeación de estímulos para que no haya necesidad de corregir la imagen pública.

- A mejor imagen mayor poder de influencia: la respuesta a la percepción debe ser conductual.
- La imagen de la titularidad permea en la institución: la imagen de un individuo representa a toda la institución.
- La imagen de la institución permea a todos sus miembros: la reputación de una institución cobra fuerza en la reputación individual.

Al retomar las bases sobre la definición y construcción de la imagen pública, se introducirá a continuación el concepto de *imagen pública* empleado en la política, mismo que lleva relación con la imagen y la opinión pública, es también una manera de darse a conocer en el ámbito de elecciones y de gobierno para mantener una preferencia electoral.

2.3 Imagen pública en la política

En el terreno político se hace uso de la imagen para conseguir votos o reconocimiento al gobierno por parte de los individuos de una colectividad, tanto en dimensiones regionales como en las estatales o nacionales. La figura de un político representa los intereses de muchos, por lo que es fundamental crearle una imagen pública adecuada a las ideas y necesidades de las personas.

“La imagen política existe desde que el hombre empezó a usar estímulos verbales y no verbales para representar su poder sobre los demás. Desde entonces ha variado pero siempre con el mismo objetivo: influir en la voluntad de acción de las personas” (Ibídem, p.350); la imagen pública en su plano político ha existido desde que surgieron las representaciones y la necesidad por llevar al triunfo a uno de ellos (candidatos políticos), y se adecúan a la circunstancia por la que se atravesase en el instante de una elección.

Posterior a los comicios, se debe continuar el trabajo de la imagen pública política para que ésta mantenga conformes a los individuos y entonces colaboren para sostenerla en el poder hasta que algo la desgasta y entonces asciende al cargo otra figura perteneciente a una institución distinta, existe también la necesidad de remediar la imagen pública de la

institución original y entonces se regresa al poder, así se mantiene el sistema gubernamental y electoral, al menos en México.

En la política, la imagen es un recurso, un instrumento, una herramienta, un proceso y un método para acceder al poder, para competir por él, para ejercerlo y conservarlo. Como recurso, instrumento y herramienta, la imagen política debe ser utilizada de manera estratégica, oportuna y eficiente. La calidad de la misma depende precisamente del poder que pueda generar, es decir, de la influencia, liderazgo, dominio, privilegios, distinciones, oportunidades y seguidores leales que produzca (Ibídem, p.351).

Así es como a continuación se abordará el concepto de *imagen política*, determinando sus características y la importancia de ésta en eventos de la índole de las elecciones para funcionarios públicos, pues es en esos momentos cuando se determina quién es el individuo que cumple con el perfil de preferencia de los votantes.

2.4 Imagen política

Durante toda la historia universal se ha considerado, en los asuntos de gobierno, que aquel que lleve la batuta necesita de una imagen pública que pueda ser reconocida por el pópulo, ésta debe generar una idea de liderazgo, de firmeza y de compromiso, “Conforme las civilizaciones evolucionaron, la imagen del poder lo hizo también. Faraones, reyes y césares construyeron magníficas obras en las que se mostraba el esplendor y la magnitud de su dominio. Sus estatuas y pinturas manifestaban su grandeza y perfección. Su riqueza les permitía construir imágenes que los representaban con hombres y mujeres muy por encima de lo común”. (Ibídem, p.349).

La imagen, además, para aquellas civilizaciones de cualquier parte del mundo representaba dominio y poder. Templos ceremoniosos, armaduras hechas con metales preciosos, colores llamativos en toda obra arquitectónica, símbolos estilizados para utilización de los jefes, y otro tipo de ostentaciones que hacían que algunos se distinguieran sobre los otros, esos con la mejor imagen, eran quienes representaban a todos.

No obstante, bajo algunas circunstancias, el manejo de la imagen debe ser similar al de la gente común, puesto que ello es lo que a veces genera empatía con todo el grupo de personas que seguirán a una figura. Tal es el caso de líderes surgidos de grupos de personas comunes, que se vuelven un ícono sin haber manejado antes la imagen construida por algún asesor experto, así, gente como el sub comandante Marcos, como el “Mosh” y otros personajes mexicanos de este tipo, han logrado un posicionamiento entre la colectividad.

En política, la imagen es un recurso, un instrumento, una herramienta, un proceso y un método para acceder al poder, para competir por él para ejercerlo y conservarlo. Como recurso, instrumento y herramienta, la imagen política debe ser utilizada de manera estratégica, oportuna y eficiente. La calidad de la misma depende precisamente del poder que pueda generar, es decir, de la influencia, liderazgo, dominio, privilegios, distinciones, oportunidades y seguidores leales que produzca (Ibídem, p.351).

Las figuras que representan una autoridad o que van a ejercer algún tipo de función en relación con los habitantes de un lugar, deben cuidar siempre el mantener su imagen intachable e impecable, los que se encuentran dentro de la política y aspiran a un puesto deben hacer lo propio, para hacerse reconocer y notar por los que van a otorgar, con su voto o visto bueno, el pase de ingreso a cargos cada vez más ambiciosos.

Además, ganan también las personas que se encuentran detrás del proceso de construcción de una imagen política, pues el triunfo de la misma figura es también un triunfo para ellos, que han buscado todas las formas posibles de posicionar la *carcaza* de una persona ante los públicos receptores que la han vuelto parte suya, “De esta forma, la imagen política será el resultado de un proceso de creación, promoción, difusión y comunicación que le permite al actor político presentarse ante los diferentes segmentos ciudadanos proporcionándoles la información que requieren para que sea seleccionado entre las distintas opciones de competencia” (Ibídem, pp.351-352).

El actor al que se le ha construido la imagen política debe permanecer siempre siendo congruente entre la imagen hecha para éste y todas las acciones que lleve a cabo, cuando ello no ocurre, es complicado que la imagen política cause el impacto esperado, puesto que

lo no dicho en el discurso visual de la persona refleja desconfianza, autoritarismo o simplemente el pasar desapercibido. Así mismo, la imagen y las acciones de los candidatos deben ser congruentes para transmitir el mensaje de la manera más concreta posible.

En las Elecciones Federales 2012, uno de los punteros, Andrés Manuel López Obrador, se presentó durante su campaña como un *candidato amoroso*, preocupado por las personas y por elaborar propuestas concretas para hacer crecer y mejorar al país; sin embargo, en cualquier evento político, en donde él fuese el foco de atención, no perdía oportunidad para lanzar ataques y defensas ofensivas para sus adversarios, de pronto se exaltaba o alzaba la voz, ello generaba un ambiente de tensión entre los oyentes que pudo haber sido un factor decisivo en el resultado final de la elección.

Por otra parte, Josefina Vázquez Mota, mostró una imagen política de mujer pulcra, siempre seria y vestida con trajes sastres y joyas que desentonaban por completo en comunidades rurales a las que visitó o en los momentos en que tenía que saludar a gente de su mismo público, muchos de los cuales no podían ni siquiera imaginar portar algo de lo que la candidata llevaba consigo en esos instantes.

En cuanto a Enrique Peña Nieto, él manejó de manera completa la imagen que los asesores diseñaron: en persona, en publicidad impresa, en Internet... EPN fue siempre visto impecable sí, pero abrazando a otras personas que acudían a apoyar sus actos, al lado de una esposa que tuvo que volverse sobria después de salir casi desnuda en telenovelas y calendarios, y de unos hijos que fueron censurados por expresar frases discriminatorias en las redes virtuales.

Gabriel Quadri de la Torre fue incluso una sorpresa en las elecciones federales 2012, pocos lo reconocían al inicio de la campaña, pero, después del primer debate, el candidato de vestimenta casual, sólido en sus propuestas, con fluidez para del discurso y con aspecto inteligente, se posicionó en un mejor sitio, y a pesar de que su votación no fue determinante para él, sí logró ser reconocido como el cuarto candidato.

La imagen política es un recurso que utilizado de manera inteligente, eficiente y estratégica servirá para distinguirse de los competidores. Ser un político de alto nivel requerirá mantener una congruencia y un estilo que realmente validen el rol social que le ha sido asignado, por lo que la creación de una imagen política le será útil para ampliar las capacidades de competencia, posicionamiento, diferenciación y rentabilidad electoral. Una imagen política necesitará del desarrollo de las capacidades y las habilidades personales ya que la competencia por el poder requiere de actuar con conocimiento, sensibilidad, flexibilidad y oportunidad (Ibídem, p.352).

La imagen política será siempre una reacción construida a los requerimientos de las personas, de acuerdo a lo que en ese momento necesiten y quieran ver, debe cubrir las expectativas de personas que, con una imagen anterior a la que ahora se les muestra, no han quedado satisfechos o les ha parecido que fue incongruente. Gordo (Op.Cit., p.353) considera varios beneficios que la imagen pública aporta a la construcción de la imagen política, los cuales se enlistan a continuación:

- Desarrollar, consolidar y estimular el liderazgo social ya sea personal o institucional.
- Aportar fuerza, influencia y apoyo al trabajo político para alcanzar objetivos, precisiones y acuerdos.
- Operar con ventaja en procesos políticos competitivos.
- Acercar el desempeño de la función pública a las demandas y expectativas sociales.
- Desarrollar bases de información y estrategias que sirvan de apoyo para la toma de decisiones políticas.
- Definir el contenido y fortalecer el impacto de las políticas públicas y los programas de gobierno.
- Comunicar eficazmente los proyectos públicos.
- Generar interés en la sociedad por participar en los procesos políticos.
- Posicionar la oferta política en la memoria del ciudadano, influyendo en la orientación de sus decisiones.

Una vez observado lo anterior, se procederá a explicar el proceso de construcción de la imagen política, la cual requiere de lineamientos y características específicas para poder

lograr el objetivo de la empatía y el posicionamiento tanto de un candidato como del partido político al que representa, y por el cual debe votar el público meta.

2.5 Construcción de la imagen política

El proceso de edificación de la imagen política del representante de un partido para con el electorado, tiene su base en el diseño de la imagen pública, requiere de un conocimiento amplio del contexto en donde será colocada esa imagen; también depende de la persona representante, sus antecedentes, su desenvolvimiento en público y sus características físicas y psicológicas, su carisma y capacidad de liderazgo; tiene que ver con el apoyo que los medios de comunicación e información brindan en ese instante y de la consideración de la construcción de la imagen política de los adversarios.

Para comenzar el proceso de construcción de la imagen política, se debe considerar una planeación predicha del mismo pues “la planeación representa el proceso anticipado de toma de decisiones sobre las decisiones político-electorales a desarrollar y sobre la asignación explícita de los recursos” (Ibídem, p.354). Para ello, de acuerdo a Gordo, se siguen cuatro etapas básicas para lograr una adecuada construcción de la imagen política:

1. Investigación: gracias a esta etapa se logra la obtención de todas las características, las motivaciones, requerimientos e intereses del electorado, ese será el punto de partida básico para comprender qué es lo que se debe comunicar en un instante específico gracias a la imagen política al frente. Para lograr un conocimiento amplio y agilizar esta etapa, se debe considerar un mapa político como referente, el cual debe incluir la consideración de lo siguiente:
 - a) Mapa ciudadano: información demográfica, geográfica, percepción de necesidades y expectativas, así como de candidatos, partidos y desempeño gubernamental.
 - b) Mapa electoral: segmentación del electorado, trayectoria de las decisiones de voto, registro de electores vigentes, porcentaje de abstencionismo y posicionamiento de la competencia.

- c) Mapa de partidos: marco ideológico, programa político, perfiles de liderazgo, desarrollo interno y alianzas políticas.
 - d) Mapa de candidatos: identificación de fortalezas y debilidades (trayectoria personal, laboral, familiar...), desempeño político anterior y análisis de imágenes subordinadas (física, profesional, verbal, visual, audiovisual...).
 - e) Mapa de campaña: análisis retrospectivo, diagnóstico de competencia de campaña, perfiles de equipo y análisis del contexto de la campaña.
 - f) Mapa de inversión: análisis de costos, diagnóstico de fondos, de inversión y de contingencia.
2. Diseño: aquí se conjuntan las estrategias, tácticas y el modelo de imagen pública requerido con el propósito de lograr ser convincente tanto de forma verbal como no verbal; gracias a este paso, se presenta al ciudadano una serie de propuestas que cubra expectativas y necesidades para lograr el posicionamiento y éxito electoral, para ello, se busca que a través de lo siguiente, haya empatía entre candidato y electorado.
- a) Imagen ciudadana: elegir estímulos verbales y no verbales que generen impacto en la percepción del elector con respecto a la identidad del candidato; la estimulación de los públicos debe permanecer constante durante toda la campaña y se debe sensibilizar, informar y brindar propaganda a los líderes ciudadanos.
 - b) Imagen del partido: fortalecer, cambiar o crear la imagen de un partido de tal manera que el discurso brindado proporcione confianza, pertenencia, proyecto, calidad de vida, etcétera; se debe promover el diálogo, la tolerancia y la unidad interna del partido; promover la presencia en los medios de los líderes políticos y las alianzas políticas que den sentido de pluralidad, inclusión y representatividad política.
 - c) Imagen del candidato: posicionamiento (esto estimula la memoria del votante), imagen física (genera percepciones favorables), imagen profesional (cuidar los protocolos y normas de conducta acordes al contexto), imagen verbal (debe ser clara, precisa y sencilla), imagen visual (logotipos, emblemas, colores, páginas

Web o perfiles en redes virtuales acordes con la campaña y las ofertas del candidato) e imagen audiovisual (considera medios de comunicación y propaganda hecha a través de los mismos en razón de impacto, frecuencia, alcance y continuidad).

3. Producción: determina el momento de la creación de la percepción positiva en torno del sujeto político, lo cual permite generar recordación, seguridad, confianza y credibilidad para con ello, lograr el posicionamiento e identificación del emisor con respecto al público, en ésta se debe considerar:
 - a) Selección de proveedores: evaluación de trayectoria, calidad de productos y servicios, costos...
 - b) Distribución: mapa de segmentación, fases de distribución, frecuencia.

4. Evaluación: ésta coadyuva en la revisión de los resultados obtenidos como consecuencia de todo lo hecho en las etapas anteriores. La información novedosa obtenida a través de la etapa de evaluación servirá para realizar los ajustes necesarios que lleven a lograr el objetivo final, es recomendable que ésta se lleve a cabo durante todo el proceso, y que considere lo siguiente:
 - a) Candidato: percepción del candidato y de su familia, y percepción de la oferta política.
 - b) Campaña: percepción del desarrollo operativo y del equipo de campaña.
 - c) Medios y propaganda: impacto segmentado de mensajes y de producción y difusión de promocionales.
 - d) Competencia: monitoreo constante de la competencia política.

Una vez desarrollado todo el proceso de construcción de la imagen política, debe buscarse durante todo el tiempo que dure la campaña, la manera de renovación y reposicionamiento continuo, con ello, un candidato podrá lograr el triunfo. Los discursos tanto orales, como escritos y visuales deben estar producidos y ejecutados acordes a la imagen tanto de los candidatos como de los partidos.

2.6 Modelo de imagen política

Para poder lanzar a una imagen política ante el público receptor, se deben considerar algunos aspectos que deberá incluir la figura para poder generar todo lo que de manera anterior ya se dijo. Una imagen política que se presentará ante los medios de información y comunicación, así como en eventos públicos de distintas magnitudes deberá responder siempre a un perfil que se le ha de haber creado con la suficiente anticipación para formar parte del *tipo ideal* (Weber, 1964, p.7) que los receptores pretenden hallar; los tipos ideales son aquellos imaginarios que se adquieren como modelos o parámetros de aquello que se considera un arquetipo general que complace o satisface a una colectividad.

La construcción de una acción rigurosamente racional con arreglo a fines sirve en estos casos a la sociología —en méritos de su evidente inteligibilidad y, en cuanto racional, de su univocidad— como un tipo (tipo ideal), mediante el cual comprender la acción real, influida por irracionalidades de toda especie (afectos, errores), como una desviación del desarrollo esperado de la acción racional (Ibídem).

Cuando se crean campañas políticas empleando el discurso oral, visual y escrito, se trabaja siempre con el tipo ideal de candidato, de presidente y hasta de nación que la sociedad desea encontrar. Alguien que asuma sus propuestas de campaña como objetivos a corto, mediano y largo plazo que cumplirá al pie de la letra cuando llegue a ocupar el cargo presidencial es un claro ejemplo de ello.

Si un candidato se muestra como una persona allegada a su pueblo, interactúa con ellos a través de Internet o personalmente y emite justo las propuestas que la gente quiere escuchar, entonces se habrá aproximado al tipo ideal de candidato y de presidente que la sociedad busca, aunque al ejercer el poder no pueda dar ese giro de 180° que se espera, y que dejaría a un lado al tipo ideal de nación que no deja de ser algo utópico, éste se piensa que debería ser:

Esencialmente benevolente, y todas sus actuaciones, por muy miopes e inútiles que sean, pretenden al menos el beneficio del pueblo. En manos de funcionarios prudentes y

humanos, como lo jefes actuales de estos grandes organismos [como la Oficina de Trabajo], éstos producirán sin duda alguna un inmenso bien público (Ward citado por Therborn, 1980, p.237).

Gracias a la aplicación del modelo de construcción de la imagen política, es posible determinar los aspectos que la figura al frente debe poseer según lo considerado a través del tipo ideal, Gordo (Op.cit.), hace mención de los elementos determinantes en prioridad, alcance y duración de acciones, y observa los siguientes:

- a) Aspectos políticos: se menciona la importancia de consolidar una imagen que represente el liderazgo político, alguien que tenga tacto, sensibilidad y habilidad para cuidar alianzas y vínculos con otros actores políticos. La imagen del político debe ser de una persona humilde y que muestre preocupación por los demás, debe atraer a las masas, proyectar seguridad y confianza, seducir, persuadir y transformar la opinión pública; deberá mantener una actitud sobria y digna, *basada* en la honestidad y la verdad [o al menos eso se consideraría el tipo ideal].
- b) Aspectos axiológicos: la figura política debe manejar sus acciones acordes a sus valores, empezando por la confianza y la credibilidad, con lo cual se logrará el mantenimiento de la reputación y el prestigio, el político debe ser constante en su muestra de pertenencia, identidad y orgullo por la nación, sus habitantes y sus costumbres, con lo cual se engloba también la solidaridad con los grupos heterogéneos de personas a quienes se pretende gobernar, y debe cuidar [o parecer] que sus intereses personales no son lo primordial durante la campaña.
- c) Aspectos psicológicos: en la imagen política se debe trabajar con el aspecto emocional de la figura, quien debe ser lo suficientemente racional para no dejarse abatir, arrastrar o amedrentar por las circunstancias políticas a su alrededor, además, las masas reaccionan también de acuerdo a los estímulos emocionales que les transmite la figura líder, transmite elementos que pueden percibirse y generar emociones empáticas de la mayoría. El político debe

presentarse como un ser humano sensible, con carisma y con capacidad de autocontrol. Además de todo lo anterior, el político debe mostrarse como un motivador extrovertido, adaptable, flexible, empático, optimista y asertivo, además de poseer un carácter resistente, dinámico y propositivo. Se debe tratar de conservar el buen humor sin caer en lo *simplón* y generar la sensación de ser querido y aceptado por la colectividad.

- d) Aspectos sociales: los aspectos que consideran cultura, costumbres y creencias deben ser manifestados dentro de los límites de tolerancia y respeto para que la gente conozca la manera de ser y actuar de un candidato, y con ello, se reconozca su esencia. En la imagen política ayuda el realizar labores sociales beneficiosas, arraigo e identidad con las comunidades.
- e) Aspectos físicos: son relevantes las apariencias que dejen impactos apreciables tras la primera impresión después de ver a un candidato. El vestuario, la pulcritud y el lenguaje corporal deben cuidarse a detalle; no es necesario que el candidato se presente siempre como una persona *bien vestida*, en ocasiones es preferible el aspecto de persona cotidiana, menos brillante y más común dependiendo del contexto, ello con el fin de acercar más la figura a la ciudadanía, en ocasiones ser el más ostentoso o rígido puede ser perjudicial.
- f) Aspectos verbales: uno de los aspectos que más deben cuidarse siempre en una imagen política. Lo verbal representa el dominio de la voz y la contundencia en la oratoria; el político debe expresar ideas que se comprendan, se asimilen y se recuerden de manera sencilla. Además, su mensaje debe contener propuestas sólidas y proyectos particulares; también mensajes únicos que diferencien al político de sus competidores e inciten a las personas a votar por él. Siempre se debe hacer despliegue de elocuencia para que la gente perciba la grandeza.
- g) Aspectos mediáticos: los medios masivos de comunicación forman parte fundamental del proceso electoral, los medios controlan información que influye

en la opinión y decisión del electorado. El actor político debe ser eficiente para lograr que su imagen no sólo se difunda, sino que tenga impacto. La imagen política en los medios de comunicación debe poder generar mensajes, publicidad y propaganda recordables, los cuales deben lograr fijarse en la mente de los votantes, quienes también reflejarán emociones y decisiones contundentes e inobjetable para con el candidato de su preferencia. El uso de las redes virtuales es fundamental para estar en constante comunicación con los cibernautas electores, que además, ellos también difunden información que consideran relevante y oportuna. Detrás de los candidatos deben existir personas expertas en comunicación social, que atiendan en tiempo y forma cualquier tipo de problemática con los medios tradicionales o cualquier contingencia ocurrida en medios electrónicos.

- h) Aspectos relacionales: la imagen política líder siempre será relacionada con su familia, sus amistades, sus antecesores, sus símbolos, sus mensajes, su equipo de campaña, la planilla tentativa, etcétera. Resulta conveniente cuidar y vigilar todo tipo de relación social que establezca el candidato, pues de ello dependerá el mantenimiento de la buena imagen y la reputación.

2.7 Ciberimagen política

La manera de ser de la sociedad actual requiere de la construcción de una imagen política acorde a los requerimientos de individuos que buscan la empatía con las figuras políticas, si bien anteriormente se habló de los usuarios entre 12 y 34 años que hacen uso de Internet en México, es necesario mencionar que los candidatos políticos, aunque muchos sean mayores en edad, deben también convencer a ese electorado juvenil.

El proceso de construcción de la imagen política en el ciberespacio, requiere además de lo que plantea Gordo, elementos que Fernández (2008) da a conocer en el libro de Ciberpolítica, que permiten la empatía con el target que se conduce como sujeto virtual, estos elementos se enlistan a continuación:

- Desarrollo de un sitio Web que tenga el nombre del candidato, el objetivo de la campaña y los colores del o los partidos que represente, de manera que el público lo identifique. Además, se sugiere que el sitio Web contenga:
 - Propuestas electorales y compromisos del candidato.
 - Biografía y logros.
 - Agenda de campaña.
 - Contacto.
 - Sección interactiva.
 - Encuestas informales.
- Así mismo, se recomienda un toque de frescura para que no sea la página tan rígida y formal, los colores deben ser compatibles con los del candidato, partido y su campaña, el diseño de la página no sólo debe ser “bonito”, sino óptimo y fácil de usar con una dirección web fácil de recordar, no se les debe incluir ventanas emergentes o cookies que perjudiquen al usuario, asimismo, debe incluir fecha de actualización.
- Empleo de *marketing político*.
- Respuesta a los usuarios que envíen mensajes, con el fin de que exista retroalimentación.
- Constante actualización de páginas y perfiles en la red.

Sería importante agregar una sugerencia más a todo el proceso de construcción de la ciberimagen política, puesto que una vez pasadas las elecciones, muchos portales oficiales y perfiles desaparecen o quedan inactivos, como *basura electrónica*, para ello sería recomendable que los equipos de campaña supriman los sitios una vez concluida la elección o decidan mantenerlos activos, para que de esa forma también continúe la comunicación y no parezca que sólo hablaban con los cibernautas como mera acción por interés.

CAPÍTULO 3

INTERNET: HISTORIA, USOS Y CARACTERÍSTICAS

Como herramienta mediática de uso reciente y que incluye nuevas formas de actuar de las personas en un medio virtual surge Internet, una herramienta que contiene una gran cantidad de datos y que además permite la realización de distintas actividades de los individuos. Internet incluye a los medios de comunicación tradicionales, a las empresas e instituciones que crean página web o un perfil social, y en cada día que transcurre, se almacenan más datos en la también llamada red Web o red de redes.

Una de las actividades que se han llevado a cabo dentro de la red es la política, ahora puede hacerse propaganda a través de los medios virtuales, así como propuestas de campaña o hacer a los receptores partícipes de las actividades que el gobierno lleva a cabo, los receptores —tal como no se hace en los medios como prensa, radio y televisión— retroalimentan la actividad política a través de comentarios, críticas, opiniones y otras formas de expresión que les permite Internet, los usuarios consienten el mantenimiento y difusión de la información que además Internet magnifica dando un fácil acceso a la misma en todo el mundo. Pero para llegar a lo que hoy en día es Internet, hubo un camino que recorrer.

3.1 Antecedentes

Como breve recorrido contextual, se comenzará por hacer referencia a algunos momentos importantes de la historia de las innovaciones tecnológicas, entre las que cabe hablar del primer acontecimiento que marca un cambio drástico para toda la sociedad. Se trata de la Revolución Industrial, dada a finales del Siglo XVIII en Gran Bretaña con la llegada de la máquina de vapor y, de forma posterior, implementos a la tecnología y a la maquinaria tras el descubrimiento del petróleo y la instalación de grandes plantas eléctricas.

A pesar de que algunas personas atentaron en contra de ese progreso tecnológico —tal fue el caso del Ludismo—, se tuvo que aceptar el hecho de que la industrialización había

llegado para revolucionar la forma de vivir e incluso de comportarse de la sociedad, aunque en ese momento no se tomaron en cuenta las consecuencias que más adelante acarrearía la modernización acelerada.

Después, se vivió la etapa de la Revolución Científico-Tecnológica a principios del Siglo XX, en donde se dio un gran avance en cuanto a investigación, una época en la que se diseñaron objetos de utilidad para las personas, mismos que simplificarían actividades de la cotidianidad, así mismo hubo avances en materia de medicina, lo cual significaba también el comienzo del cambio sobre la esperanza de vida.

También, las Guerras Mundiales dadas en la primera mitad del Siglo XX representan otro cambio social, en donde hubo avances en materia bélica, de transportes y de medicina, al finalizar esta etapa fue la llegada de la Guerra Fría, un conflicto donde la rivalidad entre Estados Unidos y la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) condujo a una serie de avances que llevaron a la sociedad a movilizarse aún más rápido en la búsqueda del progreso tecnológico.

Al respecto, Bell (1991) menciona que entre los avances tecnológicos más importantes durante la Guerra Fría se encuentran las computadoras, conectadas a redes de armas nucleares para hacerlas funcionar en determinado momento, éstas y otros avances vuelven a las sociedades *post-industriales* y argumenta que “con los nuevos modos de prognosis tecnológica [...] las sociedades post-industriales serán capaces de alcanzar una nueva dimensión del cambio social, la planificación y el control del crecimiento tecnológico”.

Según el argumento de Bell, las sociedades post-industriales a través de la tecnología solucionan problemas, simplifican su vida y se ordenan, y retoma a Brzezinski con el término *sociedad tecnocrónica*, la cual explica, es “una sociedad conformada cultural, psicológica, social y económicamente por el impacto de la tecnología y la electrónica, en especial en el área de los computadores y las comunicaciones”.

Así mismo, Mumford (1934) observa a las máquinas como “agentes no orgánicos para convertir la energía, para realizar un trabajo, para incrementar las capacidades mecánicas o sensorias del cuerpo del hombre o para reducir a un orden y una regularidad mensurables los procesos de la vida”. Asegura que es el mismo hombre quien se convierte en responsable del uso de las máquinas a través del trabajo y esfuerzo realizado en lo laboral; la creatividad y necesidad por la innovación lo ha llevado a la creación de la tecnología necesaria para su cotidianidad.

Gracias a los avances que dan paso a la modernización y la industrialización, se adquieren también nuevas maneras de ser, de actuar y de representarse ante los demás, incluso de adquirir estatus e inserción y aceptación de los grupos sociales que comparten y emplean los mismos elementos y dispositivos.

La primera forma de utilización de Internet surgió en la década de 1960, en donde “Lawrence G. Roberts del MIT logra la primera conexión física entre computadoras, una TX2 en Massachusetts con un Q-32 en California a través de una línea telefónica conmutada de baja velocidad, aunque la tecnología de comunicación telefónica de circuitos se mostró totalmente inadecuada” (Gajardo, 2004), pero eran conexiones limitadas a los ordenadores que se indicaran, por lo cual tuvieron que irse creando redes más amplias hasta encontrar una manera en que se lograra la estabilización y compartimiento de los datos.

Esto ocurrió hasta 1989, con la creación de la World Wide Web (WWW), propuesta por Tim Berners-Lee “para sus divisiones geográficamente distantes” (Ibídem), y en 1995 bajo la creación de sistemas operativos como Windows, nace Explorer, como navegador principal para el acceso a la red. Posteriormente, la creación de correos electrónicos, sistemas de conversación instantánea (chats), y hoy en día redes virtuales, blogs y foros de discusión, entre otros, han hecho de la red Web un implemento moderno que además se ha vuelto más económico y más veloz. Ya no se utilizan las líneas telefónicas para establecer conexiones, y la señal que utiliza Internet ahora puede ser empleada por dispositivos como teléfonos celulares o tablets.

3.2 Pero... ¿Cómo se construye Internet?

La base para la colocación de los datos en la Web es el hipertexto, un sistema a través del cual es posible realizar la interconexión de archivos, los cuales además crean una cadena extensa que puede llevar de un lugar hacia otro a través de una red de Internet con el fin de consulta u obtención de información diversa.

El hipertexto, dice Landow (2009, p.25), es un “texto compuesto por fragmentos de texto y por los enlaces electrónicos que los conectan entre sí [...] se refiere también a un tipo de texto electrónico, a una tecnología informática radicalmente nueva y, al mismo tiempo, a un modo de edición”, al mismo tiempo que le adhiere el término *electrónico* para referir entonces al hipertexto electrónico como “un texto compuesto de bloques de palabras (o de imágenes) electrónicamente unidos mediante múltiples trayectos, cadenas o recorridos en una textualidad abierta, eternamente inacabada y descrita con términos como enlace, nodo, red, trama y trayecto”.

Sin saberlo en la teoría, los usuarios de Internet están acostumbrados a emplear el hipertexto siempre que se navega en la red: se siguen vínculos —que “hace[n] inmediatamente visible la comunicación virtual creada por lectores activos” (Ibídem, p.32)— a información distinta, se navega a través de información colocada en diferentes páginas de Internet, se dejan comentarios en blogs, foros y redes virtuales, se suben fotografías para armar un álbum propio, entre otras actividades relacionadas con el concepto, de modo que se crea un entramado propio de información que se visita y que incluso se almacena en el historial de los navegadores para remitir a ella de forma sencilla, práctica y rápida.

Además, el hipertexto actual se compone también de elementos que van más allá del simple texto, elementos de hipermedia, es decir un “texto hipertextual que incluye información visual y sonora, así como la animación y otras formas de información” (Loc.cit.), lo cual permite el empleo de lexias o enlaces que permiten la conexión hacia o con otros textos.

De acuerdo a las modalidades del hipertexto, éste permite ya sea enlazarse hacia otras páginas web o hacia sitios específicos de una sola página o un solo archivo, como bien lo asevera Landow (Ibídem, pp.34,54), “uno de los puntos fuertes del hipertexto reside en que permite a los usuarios localizar, crear y seguir múltiples estructuras conceptuales en el mismo cuerpo de información”, y todo el traslado por ese espacio permite también la comprensión del término *hipertexto espacial*, mismo que al tener propiedades visuales hace uso de “las medidas gráficas de las lexias para transmitir la información estructural”.

Gracias al hipertexto, “el usuario informático tiene el poder de intervenir en procesos cuando éstos tienen lugar” (Ibídem, p.72), por lo que la actividad que realizan en Internet es interactiva y además logra que el usuario permanezca conectado a la red por el tiempo que éste considere necesario para las múltiples actividades que puede llevar a cabo mientras esté a su alcance una conexión.

Es por los datos hipertextuales, que las páginas Web pueden ser creadas a través del Hypertext Markup Language (HTML) y por tanto las direcciones Web inician con las siglas HTTP —Hypertext Transfer Protocol—, en español *Protocolo de Transferencia de Hipertexto*, que permite la entrada de toda la información con sus vínculos propios hospedada en un sitio Web (Gajardo, 2004). Los modos hipertextuales facilitan el ingreso a la red y que una persona construya un entramado propio de navegación que la lleva por innumerables sitios con cúmulos de información que se conoce en cada minuto.

A través del hipertexto, las personas entienden una manera diferente de reconfigurar aquello que están leyendo (los textos) y también de reconfigurarse a sí mismas, de acuerdo con Landow (Op.cit.), las personas han difuminado a través de Internet la diferencia existente entre la vida *online* y la vida *offline*, haciendo ahora públicas manifestaciones de intereses, opiniones, juicios e incluso rasgos de personalidad.

Además, el hipertexto que le da forma a lo que se encuentra en la Web, brinda también nuevas maneras de abordar información que se desea conocer, a diferencia de los textos impresos tradicionales, el hipertexto permite el acceso a la información virtual desde el

punto que al sujeto le resulte de interés, como asevera Landow, ahora ya no se trata de un inicio o un final de un texto que es externo a nosotros y no es manipulable, el texto ahora además de poderse modificar, permite la consulta a partir del punto que sea de interés, un párrafo relevante o palabras clave buscadas en los documentos, admite el acceso directo a lo que se interesa observar y utilizar, Barthes lo dice también:

En este texto ideal, abundan las redes (réseaux) que actúan entre sí sin que ninguna pueda imponerse a las demás; este texto es una galaxia de significantes y no una estructura de significados; no tiene principio, pero sí diversas vías de acceso, sin que ninguna de ellas pueda calificarse de principal; los códigos que moviliza se *extienden hasta donde alcance la vista*; son indeterminables...; los sistemas de significados pueden imponerse a este texto absolutamente plural; pero su número nunca está limitado, ya que está basado en la infinidad del lenguaje (Barthes, 2001).

El hipertexto que se conoce actualmente, es surgido de corrientes recientes como la llamada intertextualidad, misma que se encarga de estudiar a los textos formados a partir de otros textos e ideas que dan forma a distintos tipos de lecturas que hoy en día se pueden consultar, mismas que hacen alusión, citas o una especie de collage de diversos autores que construyen nuevas formas de pensamiento.

Derrida es uno de los autores que refieren a la intertextualidad, y que a través de su concepto *deconstrucción*, explica los textos como “unidades discretas de lectura” (Derrida, 1989), mismas que se pueden entender dentro del entorno virtual a través de enlaces y lexias que los mismos usuarios emplean y complementan haciendo cada vez más amplio el mundo virtual.

3.3 Mundo real y mundo virtual

En la actualidad, en el mundo real se han insertado las prácticas virtuales que hacen que cambie la forma en la que las personas actúan y se desenvuelven en la interacción con otros y en la forma propia de entenderse, “la influencia de lo virtual en nuestra civilización de flujos de información irá creciendo y acabará, sin duda alguna, alterando para siempre

nuestra <<visión del mundo>>” (Quéau, 1995, p.15), en nuestra cultura ya se encuentran inmersos y con carácter de necesarios, dispositivos y elementos que permiten el acceso a sitios en los cuales existe hipertexto haciendo circular información que ahora llega a cada segundo a las personas.

Un dispositivo como el teléfono celular que permite la comunicación electrónica, es un modelo de extensión del ser humano que le permite el acceso a lo virtual³, a las imágenes, noticias o comentarios que otras personas hacen circular a través de la Web, una tablet, una computadora de escritorio o portátil son otros de los implementos en los que está incluido Internet; algunas posturas acerca de la virtualidad reflejan que ésta “es a lo real lo que la copia es a lo original: un reflejo, una representación o una reproducción a veces fiel y a veces rebelde” (Siles, 2005, p.7) y también se aclara que “las personas pueden perder sus posibilidades y responsabilidades si disponen de medios virtuales para remplazarlos” (Ibídem).

No obstante, cada vez son más personas las que tienen acceso a los dispositivos mencionados y aunque no se tenga propiedad sobre ellos, hay sitios reales que permiten el acceso a la red Web, por ejemplo, los *café Internet*, en donde las personas pueden rentar máquinas para ingresar al mundo virtual y sumergirse a través de una pantalla en un mundo creado en el ciberespacio.

Los <<mundos virtuales>> van a popularizarse [o ya se han popularizado] muy rápidamente por un doble motivo: la disminución rápida del precio de los equipos y el creciente deseo del público de probar las nuevas y espectaculares formas de diversión que la pequeña pantalla, a pesar de la <<alta definición>>, apenas podrá proponer. Las grandes aplicaciones previsibles de los <<mundos virtuales>> recogerán y desarrollarán las principales aplicaciones de las imágenes infográficas: simulación, concepción, modelización pero también ficción, animación y arte (Quéau, 1995, pp.17-18).

³ Proveniente del latín *virtus*, que quiere decir fuerza, impulso, energía, “lo virtual está en el orden de lo real” (Quéau, 1995).

Lo virtual en la sociedad actual, aparece como una representación de la realidad, pero sólo se trata de algunas partes de esa realidad, pareciese que a través de lo virtual, los individuos son capaces de visitar lugares, de cruzar fronteras que la ley impide cruzar en la realidad, además se puede imaginar la capacidad de inmiscuirse en el mundo a través de la pantalla de un dispositivo aunque en realidad sólo se palpe el cristal de un teléfono, de una tablet o las teclas y el ratón de una computadora. Ahora, por ejemplo, hay artefactos como los libros y las revistas publicados de manera electrónica, no se pueden palpar y sin embargo se pueden subrayar, almacenar o trasladar a través de carpetas virtuales de un dispositivo a otro.

Quando una persona, una colectividad, un acto, una información se virtualizan, se ponen “más allá”, se deterritorializan. Una especie de desembrague los desliga del espacio físico o geográfico y de la temporalidad del reloj y el calendario [...] era entonces previsible encontrar la deterritorialización, la salida del “ya”, del “ahora” y del “esto” como una de las vías reales de la virtualización (Lévy, 1998, pp.18-19).

Ahora, las personas se mueven en dos mundos: el virtual y el real, pero en el segundo se recorren espacios físicos que son captados por los cinco sentidos, hay ocupación de lugares y tiempos que no tienen la característica de la simultaneidad con la que pueden recorrerse los espacios virtuales. En un sitio virtual a través de dispositivos se puede estar al mismo tiempo observando Estados Unidos, platicando hasta España pero pisando territorio mexicano, o por ejemplo, una figura pública puede mantener contacto con su lugar de origen aunque se encuentre a millas de distancia y eso sólo lo permite el ciberespacio. “Los mundos virtuales pueden hacernos experimentar <<espacios artificiales>>. El cuerpo puede desplazarse físicamente en un mundo simulado. Se da una correlación aparente entre los movimientos del cuerpo y las impresiones visuales experimentadas como consecuencia” (Quéau, 1995, p.21).

Por ende, el tiempo también ha cobrado otro sentido, en el mundo real, se llevan a cabo actividades que marcan una clara relatividad de acuerdo a las que pueden desarrollarse en el mundo virtual, en éste las personas pueden pasar cautivadas minutos u horas frente a imágenes inteligibles sin finalidades u objetivos específicos, además de que se cuenta con

la cualidad de la inmediatez en el acceso a información y contenidos en la red. Con unos cuantos clics se puede realizar el traslado entre espacios distantes entre sí.

Lo virtual permite conocer un mundo representado y sintetizado de la realidad *real*, “las imágenes de lo virtual deben ayudarnos a revelar la realidad de lo virtual, que pertenece al orden de lo inteligible, y de una inteligibilidad proporcional al fin perseguido, teórico o práctico, utilitario o contemplativo” (Ibídem), y ante ello nos vemos obligados a entender no sólo la realidad *real* sino la realidad *virtual*.

3.4 Realidad virtual

De acuerdo a Ryan (2004), la noción de *realidad virtual* se tiene desde finales de la década de 1980, cuando comenzaron a existir dispositivos que mostraban una parte de la realidad a los sujetos a partir de sonidos o imágenes acompañados de sensaciones producidas en la persona para que ésta sintiese que se encontraba experimentando un aspecto de la realidad real en un espacio físico reducido y estático.

Aukstakalnis y Blatner (1993, p.7) definen la realidad virtual como “una forma humana de visualizar, manipular e interactuar con ordenadores y datos complejos”, de tal manera que de pronto resulta engañoso el estar conectado a una realidad alterna a través de dispositivos que juegan con la mente y los sentidos de las personas, trasladándolos a un mundo complejo de símbolos que asocian con espacios provenientes de la realidad.

En el entorno virtual “se darán imágenes de sí más abundantes, mejor ajustadas, pero también más abstractas, menos carnales” (Quéau, 1995, p.47) y es tan fascinante estar inmersos en la virtualidad que las personas comienzan a creer que necesitan de esos artefactos que los trasladan a los mundos que el espacio real muchas veces no brinda o deja como inalcanzables, “el problema más agudo será el de la vuelta a lo real [...] el paso hacia lo virtual, lejos de ser una huida de lo real, puede prepararnos para volver mejor a la realidad después de haberla simulado a conciencia” (Ibídem, p.48).

Una vez que se ha comprendido que los elementos virtuales funcionan como extensión o complemento de la realidad real podría realizarse un equilibrio entre las cosas que pasan en una proximidad y aquellas que tienen lugar a través de ordenadores o cualquier otro dispositivo móvil. La realidad virtual permite el traslado a través de las fronteras al visitar ciudades, museos, escuelas... al utilizar las redes virtuales en las que se coloca información personal o fotografías de sitios que otros más observan y sobre lo cual hacen inferencias.

Hoy en día ponemos la etiqueta de virtual a todo con lo que nos encontramos o a todo lo que experimentamos en el <<cibespacio>>, ese lugar imaginario al que nos transportan los ordenadores cuando nos conectamos a Internet: amigos virtuales, sexo virtual, universidades virtuales, visitas virtuales a ciudades virtuales... Antes de que Internet se introdujera, casi de la noche a la mañana, en nuestras vidas cotidianas, la virtualidad de la tecnología digital estaba asociada al concepto de RV [Realidad Virtual] (Ryan, 2004, p.43).

Las conexiones a Internet son las que permiten el traslado a la realidad virtual, ahora por ejemplo, aunque se visite una biblioteca para la realización de investigaciones o trabajos académicos, el portar una computadora para utilizarla dentro de este espacio permite la conexión a Internet, y el ingreso a otras bibliotecas y sus acervos digitales, con lo cual hay un complemento de información que antes no había.

Así mismo, otros aspectos reales como el político incluyen a la realidad virtual, tan sólo en México durante el proceso electoral 2012, los debates se transmitieron también a través de los dispositivos, las imágenes de campaña de los diferentes lugares permitieron una representación de las mismas que bajo otras circunstancias sin acceso a Internet no hubiese sido posible. “La realidad virtual nos abre la puerta de las virtualidades de lo real. Los mundos virtuales, surgidos de nuestra creación, nos permiten entrever la posibilidad de que lo real sea también una especie de *cibespacio* <<real>>” (Quéau, 1995, p.48).

El objetivo de los dispositivos que permiten el acceso a lo virtual es lograr “la inmersión completa de los canales sensoriomotores humanos en una experiencia vital generada por el ordenador” (Biocca y Levy, 1995, p.17) y para que un dispositivo pueda ser considerado como tal “debe ser capaz de generar digitalmente un entorno tridimensional en que el

usuario se sienta presente y en el cual pueda interactuar intuitivamente y en “tiempo real” con los objetos que encuentre dentro de él” (Levis, 2006, p.5).

Es evidente que meterse en una realidad virtual no es igual que hacerlo en una realidad real. Pero teóricamente nada impide aceptar que nuestra interacción con la primera nos ayuda a adquirir nuevos conocimientos sobre la segunda. Por más que haya grandes discontinuidades, hay que admitir empero que entre las dos realidades no faltan continuidades igualmente importantes. En las dos realidades se encuentran, en efecto, elementos que tienen al menos una propiedad que permite al observador reconocer una realidad como una plausible representación de la otra (Maldonado, 1999, p.76).

Una vez esclarecidas las diferencias entre realidad virtual y realidad real, y haciendo la aclaración de que no se trata de conceptos antagónicos sino complementarios, se mencionarán a continuación algunas de las características propias del ciberespacio como ese sitio donde se desarrollan actividades cotidianas vistas a través de dispositivos.

3.5 Características del entorno virtual

La extensión de la realidad real hacia la realidad virtual a partir de la utilización de artefactos como la computadora y el teléfono celular que permiten el acceso al ciberespacio y que han creado en el ser humano formas distintas de actuar e interactuar es algo que Baudrillard (1978) denomina Hiperrealidad.

Según Baudrillard, los mundos hiperreales son simulaciones de territorios que representan abstracciones del escenario existente conocido por el sujeto; “simular es fingir que se tiene lo que no se tiene” (Ibídem, p.8), y precisamente, en el mundo virtual, la gente tiene acceso a elementos que resultan estar fuera del alcance en la vida cotidiana.

Por ejemplo, los cines en 4D, los videojuegos en donde se pueden construir vidas ideales exactamente con las personas que se quiere estar, escuchar música o sonidos con efectos sonoros que trasladen a otros sitios, visitar lugares imaginariamente a través de la red Web, entre otros elementos.

También, Derrida (citado por Bauman, 1996) habla del deseo por el acercamiento a los objetos que no podemos obtener de forma sencilla pero que pertenecen a nuestro mundo, de esa forma hacemos “posible lo imposible” y cambiamos nuestro mundo. En otra obra, Derrida argumenta que la tecnología lleva a encontrar nuevas formas de comunicación y expresión entre los seres humanos, estas formas se encuentran reflejadas a través de diversos textos o imágenes que llevan al conocimiento de una realidad alterna que pertenece a la cotidianidad (Derrida, 2008).

Además, cabe aclarar que esta novedosa tecnología hace también que el factor de la velocidad se separe del espacio y del tiempo. Un primer ejemplo sería el caso particular del cine, pues hace que una gran cantidad de imágenes fijas sean transmitidas en un tiempo relativamente corto, además de que podemos presenciar en un tiempo real de 90 minutos en promedio, la historia de un año, una vida, o más tiempo. Virilio (1994) asegura también que hay circunstancias en las cuales miramos sin observar con detalle lo que ocurre a nuestro alrededor como consecuencia de nuestra vida dentro de lo virtual.

Los espacios y tiempos cambian de forma constante al apropiarnos de los dispositivos tecnológicos, con los cuales somos capaces de actuar simultáneamente en diversos escenarios que nos permiten conocer y transmitir información, desenvolvemos en espacios sociales diversos e introducimos en maneras novedosas de ser, pensar y actuar.

Esto lleva a pensar en la idea que da Turkle (1997), quien asevera que a través de Internet las personas construyen una identidad y una personalidad distinta a la que muestran normalmente. A través del ciberespacio somos capaces de adaptar diferentes partes de nuestra personalidad de acuerdo a la circunstancia en la que nos encontremos. Crear un perfil social con gustos específicos, colocar una imagen como avatar, o dar like a los lugares, canciones e imágenes que nos gustan; emitir opiniones de aspectos sociales como la política o la educación, entablar comunicación con gente lejana a nosotros o platicar de forma más sencilla con los conocidos a través de una máquina que de forma presencial son manifestaciones de nuestra personalidad justo como quiere ser mostrada ante los demás.

Turkle menciona que en la actualidad, hemos adquirido la necesidad de sentirnos acompañados al utilizar la tecnología, pero a la vez, nos alejamos más de la interacción real con las personas, quizá del afecto que puede darse a través de un consejo, un abrazo o una sonrisa, sustituyendo todo ello por emoticonos, palabras dichas por una ventana de chat o un mensaje de texto de una persona que, al mismo tiempo que nos escribe, realiza otras actividades escolares, laborales o sociales. Así, se abre paso al término sujetos virtuales.

3.6 Sujetos virtuales

Los sujetos virtuales nacen a partir de los sujetos reales. Una persona física tiene rasgos de personalidad con los que se da a conocer ante los demás, un cuerpo que se traslada por diferentes espacios y realiza distintas actividades a lo largo del día. Pero las personas al insertarse en el mundo virtual realizan divisiones de su personalidad de modo que son más cautelosos en aquello que presentan o dicen de ellos mismos al encontrarse dentro de Internet.

Los sujetos reales habitan y exploran el mundo virtual a través de alter egos que funcionan como intermediarios y vehículos en la virtualidad. De pronto comparten información, textos o imágenes que muestran una parte de la forma de pensar y de ser de un sujeto, en otras ocasiones manifiestan acuerdos o desacuerdos y deciden también conversar a través de los diferentes espacios que les brinda el ciberespacio.

Los espacios virtuales ofrecen a la realidad la posibilidad de ingresar a un mundo que cautiva durante varias horas, las personas pueden estar inmersas en un mundo virtual durante mucho tiempo sin realmente tener fines específicos para hacerlo. Una persona en su realidad puede pasar gran cantidad de tiempo frente a un dispositivo que ofrece una relatividad del tiempo distinta, en donde pareciera ser que se está haciendo algo sin realmente hacerlo.

La característica que hace llamativo el hecho de que los sujetos pasen horas frente a los dispositivos es la inmediatez para conocer información de todo tipo, y hay además una

cantidad tan variada de información que se puede estar fácilmente observando y conociendo elementos en un lapso de tiempo indefinido ya que crea una fascinación al poder trasladarse por diversos sitios estando siempre en el mismo lugar.

La fascinación que ejercen los mundos virtuales proviene de la ambigüedad borrosa que interponen entre los sujetos y la representación que se hacen de sí mismos. De algún modo, tendremos la sensación de morar «realmente» en los mundos virtuales. Nos resultará cada vez más fácil ceder a las ilusiones, cada vez más fuertes y cautivadoras (Quéau, 1995, p.76).

Lo virtual permite que los sujetos conozcan un mundo que representa y sintetiza realidades, que hace que se adquieran nuevas formas de relacionarse con otros a través de una parte de personalidad propia que se convierte en ese sujeto virtual explorador de la cibercultura.

Las comunidades virtuales también son *reales* de algún modo. Ocurren cosas en ellas; los acontecimientos que se producen desempeñan un papel concreto, efectivo, en la vida de la gente que les da vida. Ya que, por supuesto, es la vida de las personas reales que trabajan en la red lo que le infunde una seudovida (Ibídem).

Los sujetos virtuales resultan ser entonces, individuos que crea el sujeto real con los cuales se mueve dentro de ciberespacios conocidos en los que puede mostrar lo que él quiera y no todos los aspectos que mostraría en la realidad real, esto mismo marca la forma de pensar, ser y sentir, el mismo sujeto construye otros mundos a partir de la hiperrealidad y juega con espacios y escenarios simultáneamente, los sujetos virtuales nacen una vez que existe contacto con la modernidad ciberespacial.

El sujeto virtual siempre se da la oportunidad de “poder ser” alguien en la Web, decide qué fotografía de sí mismo es la que va a mostrar, qué comentarios va a publicar, qué va a decirle a otras personas en una ventana de chat, qué opinión va a colocar en blogs y foros de discusión, qué canciones, libros o películas dirá que le gustan para generar empatía con otros y hasta qué datos personales estará dispuesto a proporcionar, un sujeto virtual también puede construir una parte de un mundo utópico que la realidad no le permite hacer y en

ocasiones llegará a parecer que el sujeto real no coincide con aquél que se mostró detrás de un dispositivo.

Un sujeto virtual es “capaz de construir, transformar, incorporar y cambiar de centro y origen dentro del mundo que habita” (Mungaray, 2005, p.4) y se dará el lujo de convertirse en un personaje importante que busca la aceptación y convivencia con otros sujetos virtuales que está conociendo. Mungaray habla de las características particulares que tiene un sujeto virtual, éste se identifica por:

- Estar conformado desde su capacidad de descubrir su situación frente al mundo nuevo.
- Definirse por la capacidad de mutar su entidad en dirección alterna hacia las interrogantes de legitimidad y pertinencia sobre el conocimiento que produce.
- Avocarse a redefinir la actualidad del punto de partida como respuesta a la pregunta que se está haciendo.
- Jugar con la virtualidad del lenguaje y convertirlo en clave de acceso y ruptura respecto a las formas de conocimiento.

Los sujetos virtuales cambian su manera de pensar y de sentir a cada instante, incluso en el mismo lapso de tiempo, al observar un video, seguir una noticia en Twitter, platicar con sus amigos en Facebook, entre otras actividades, que le dan a los sujetos la capacidad de mostrar su personalidad en diferentes facetas así como de realizar múltiples actividades en poco tiempo. Cuando las personas han aprendido a desenvolverse en el entorno virtual, entonces pertenecen a la cibercultura.

3.7 Cibercultura

La cibercultura es un proceso que puede estudiarse a partir de diferentes disciplinas, ya que con el paso del tiempo, más sujetos se adhieren al uso de los elementos tecnológicos que permiten el cambio en la forma de ser y de actuar con respecto a los otros, se encuentra por ejemplo, la comunicación política: campañas electorales, reforzamiento de la imagen y el discurso, publicación de las actividades gubernamentales, entre otros, que tienen como fin

posicionarse ante la ciudadanía, permiten que lo que antes ocurría sólo en las calles se haya trasladado al espacio virtual.

Es por ello que a diversas actividades se les ha agregado el prefijo ciber, obedeciendo a todo lo que se lleve a cabo a través de Internet ¿Quién podría haberse imaginado que pudiesen hacerse transferencias bancarias o compras con tan sólo un módem o una red de banda ancha que permitiera el acceso a Internet, que fuera sencillo descargar música o videos que era difícil conseguir en físico, que resultara factible estudiar hasta licenciaturas o maestrías nacional o internacionalmente vía Internet? Todo ello es la cibercultura en su máxima expresión, misma que de acuerdo a Lévy (1998) puede ser entendida también como *cultura digital*.

A pesar de que parece una red plagada de desorden y que se ha prestado incluso para delinquir utilizando identidades falsas, Internet representa una herramienta que ha llevado a las personas a encontrar información distinta y complementaria a la que brindan los medios de comunicación tradicionales, permite también conocer lugares y culturas de diversas partes del propio país y del mundo entero, con lo que se es partícipe en la globalización del uso de la tecnología, creando hiperrealidades en la realidad más próxima.

Con la cibercultura nos convertimos en actores sociales preparados para utilizar los dispositivos que nos acercan a nuevos universos, dispositivos con los cuales nos encontramos conectados de forma permanente con otras personas que también están presentes —en sentido figurado— en diversos sitios simultáneamente.

De Kerckhove (1997, p.23) afirma que “los dispositivos conectados a la web dieron a las personas un significativo poder sobre la pantalla, permitiendo la personalización del tratamiento de información”, esto es, los sujetos pertenecientes a la cibercultura deciden de acuerdo a sus rasgos aquella información que desean difundir y a la cual se le quiere dar trascendencia entre el círculo social virtual.

Así es como cada elemento dentro de la cibercultura se ha abstraído de la realidad real y permite vivir la virtualidad como un aspecto cotidiano, plantea Galindo (2005) una *ciberciudad* como el espacio en donde se desenvuelven todas las acciones humanas dadas a través de Internet, dice que este término asociado al de cibercultura conforma “una nueva configuración de vida social, de relaciones humanas, de afectividad, de contacto, de vínculo, de comunicación” (Ibídem).

A pesar de que existen personas que muestran cierta renuencia al uso de la tecnología y la inmersión a la cibercultura, ahora es inevitable recurrir a algunos elementos como el correo electrónico o el uso de algún portal, tan sólo en México, las mismas instancias de gobierno sugieren el uso de Internet en portales como los del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) o de la Secretaría de Administración Tributaria (SAT) para llevar a cabo trámites oficiales empleando ahora un orden diferente y tratando de evitar filas de personas que antes permanecían de pie por varias horas.

Por lo anterior, Galindo afirma que la incorporación a la cibercultura se realiza de manera más rápida de la que uno mismo cree, asegura Lévy que esto hace que “el acto máximo de creación en la cibercultura sea favorecer el acontecimiento para una comunidad, incluso constituir el colectivo para el que ocurrirá el acontecimiento” (Lévy, 2013).

“Con la cibercultura se expresa la aspiración de construir un lazo social que no se basaría en las pertenencias territoriales ni en las relaciones institucionales, sino en la reunión alrededor de intereses comunes, en el juego, en el hecho de compartir conocimiento, en el aprendizaje cooperativo, en los procesos abiertos de cooperación” (Rodríguez, 2006), razón por la que dentro de la cibercultura se llevan a cabo múltiples actividades que de forma original pertenecen sólo al entorno real.

La cibercultura va mucho más allá de tener un perfil social en la red o abrir ventanas de chat, la cibercultura es ya una nueva forma de actuar e interactuar con los demás, una óptica desde la cual se pueden observar diferentes fenómenos y hechos sociales que cobran

relevancia ahora a través del ciberespacio, y aquella en la que está enfocada este trabajo es la *ciberpolítica*, que a continuación se explicará.

3.8 Ciberpolítica

La cibercultura tiene dentro de su campo actividades tales como la política, misma en la que se inmiscuyen tanto las figuras políticas o representantes de gobierno como los ciudadanos inmersos en los procesos democráticos y que siguen y retroalimentan vía Internet aquella información que reciben de los procesos electorales y de gobierno. Durante las campañas presidenciales, el uso de Internet es relevante para magnificar y difundir propuestas y discursos de los candidatos.

En varios países de Latinoamérica entre los que se encuentra México, el equipo de trabajo de funcionarios y candidatos crean perfiles en Facebook, Twitter y otras redes virtuales para que se pueda interactuar con los cibernautas, cabe aclarar que las fotografías y los videos de arranque de campaña, debates y cierre de campaña, por ejemplo, son subidos a las páginas oficiales y a portales como YouTube, haciendo que permanezcan en Internet por tiempo indefinido y los usuarios puedan consultarlas, lo que vuelve a esta herramienta distinta a los medios tradicionales, donde la información se transmite en pocas ocasiones y además a veces recortada o con secciones omitidas.

Algunas sugerencias que se dan a través del libro *Ciberpolítica* (Fernández, 2008) para llevar a cabo campañas que generen impactos relevantes son, primero que nada, darle más relevancia a Internet como el municipio de Granda, España que lo otorgó como derecho fundamental para sus habitantes.

En los estudios realizados en este libro se encontró también el caso de un partido de reciente creación en Venezuela, donde se dio la pauta para que el dirigente se interesara más por la comunicación más cercana “tú a tú” que por el uso de los medios de comunicación masiva tradicionales. Se dio cuenta de que el manejo del mercadeo político a través de Internet daría buenos resultados para dar a conocer el target o perfil de su partido

político y entonces a partir de ahí, transmitir información de “boca a boca”. Este sitio invitaba a transmitir información invitando a varios amigos a visitarlo. Un caso más de los relevantes es el de Howard Dean —candidato demócrata de 2004 en Estados Unidos—, en su campaña se utilizaron weblogs administrados por voluntarios que transmitían información a través de boletines y mensajería SMS. De esta forma, Howard Dean se convirtió en un candidato respetable por optimizar sus recursos económicos en las que se consideran las elecciones presidenciales más caras.

Se hace énfasis en lo importante que es mantener actualizado un sitio web, publicar imágenes o comentarios que generen empatía con las personas que lo visitan, brindar información, fechas en la agenda para las visitas de campaña, enlace y un correo electrónico para recibir comentarios de los usuarios, entre otros elementos. Así mismo se mencionan aspectos como el envío de spam, creación de banners o colocación de publicidad innecesaria en una página web como errores de campaña. México supo aprovechar bien cada elemento de la ciberpolítica en las Elecciones Federales 2012.

El hecho de que la política en México se modernice e implemente recursos tecnológicos innovadores no impide subrayar que el o los mensajes que envían los candidatos hacen uso de un discurso *ad hoc* cuyo objetivo fundamental es convencer, persuadir de determinados planteamientos.

La ciberpolítica abarca las formas de utilización de dispositivos para dentro del mundo de la Web realizar parte de los procesos electorales, campañas políticas, toma de decisiones, publicación de informes y boletines y participación ciudadana de los individuos inmiscuidos en el seguimiento del proceso por cualquier medio de comunicación con plataforma en Internet.

El uso actual de la Web para implementar elementos de política, hace posible que lo relacionado con elecciones y gobierno tome otro camino, en los medios de comunicación tradicionales la información suele ser revisada en un momento mientras que en Internet permanece y por tanto cobra una fuerza distinta, aunque también depende de la plataforma.

3.9 Páginas oficiales, redes virtuales

Las figuras políticas públicas, crean en Internet las páginas oficiales a través de las cuales darán a conocer su proceso de campaña en el caso de ser candidatos y la información que llevan a cabo si son ya funcionarios públicos. No obstante, en una página oficial suele aparecer información que se ha publicado exclusivamente por los administradores de tales, con información que sólo corresponde a las acciones que las figuras políticas públicas han llevado a cabo, fotografías seleccionadas de los momentos llamativos en los eventos y las opiniones son recibidas a través de un correo electrónico.

En el caso de las redes virtuales, son perfiles creados en algún sitio como Facebook, Twitter, Google Plus, entre otros, que contienen información más diversa como una descripción personal del perfil, diferentes álbumes de fotos y publicaciones en instantes diversos de un solo día, pero lo que hace distintos a los perfiles de las redes virtuales de las páginas oficiales es que las redes virtuales permiten la retroalimentación de los usuarios respecto a las publicaciones realizadas.

Cabe aclarar que en esa retroalimentación que hacen los usuarios, en la mayoría de los casos, los comentarios no son borrados pero tampoco respondidos, no obstante entre los mismos participantes de los comentarios se contestan y sugieren cosas, incluso colocan links para datos adicionales que otros pueden consultar.

Los perfiles sociales y las publicaciones en sitios como YouTube, permiten también los *likes*⁴, que son cifras que pueden ser cuantificadas para observar qué tan favorable o desfavorable resultó una publicación en la opinión de los usuarios y con ello observar qué tipo de comentarios, fotografías u otros elementos son adecuados para colocarse de forma pública y cuáles son negativos.

⁴ Un like es un elemento que permite hacer clic sobre un vínculo que dice "Me gusta" lo cual permite a una publicación en Internet mantenerse en primer lugar en la información que se consulta en una página Web.

3.10 Y en México ¿Cuántos usan Internet?

Islas, en su artículo “Aumentan cibernautas mexicanos” (2012a) resume las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), los cuales reflejan que el uso de Internet va en aumento en nuestro país, a continuación se hará mención de algunos puntos importantes sobre las mismas:

- Al cierre de abril de 2011, en México había 37.6 millones de usuarios de Internet y 42.4 millones de usuarios de computadora.
- La cifra anterior se incrementó al cierre de 2012 a 44.7 millones de usuarios de computadora y 40.9 millones de usuarios de Internet.
- El Distrito Federal es la entidad que presenta la mayor proporción de usuarios de Internet, 53.6% respecto de su población de seis o más años de edad.
- El 23.3% de los hogares del país tenía una conexión a Internet.
- Los estados que presentan las menores proporciones de hogares con conexión a Internet son Oaxaca, Chiapas, Tlaxcala y Guerrero con cifras cercanas al 10%.
- El grupo de población de entre 12 a 34 años, es el que más utiliza el servicio de Internet, con una participación del 64.5 por ciento.
- El principal uso que se da a la computadora es para realizar labores escolares (52.3%), seguido de actividades vinculadas con la comunicación (48.6%), entretenimiento (40.2%) y trabajo (29.4%) (Ibídem).

Así mismo, se muestran las encuestas del *Latin American Internet and Facebook Population*, que muestra que al finalizar el año 2011 en México la población era de 113 millones 724 mil 226 de personas, de los cuales 42 millones utilizan Internet, lo que representa 36.9% de la población, de esos 42 millones son 30 millones 990 mil 480 quienes tienen acceso a la red virtual Facebook. Al finalizar el año 2012, la suma aproximada de usuarios de Internet fue de 45 millones.

En otra publicación de Islas que se llama “Cifras de los ciberelectores en México” (2012b) se muestra, con base en otra estadística que llevó a cabo el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) —Estudio 2011 de hábitos y percepciones de

los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas—, que Internet se ha convertido en una herramienta utilizada por los presidenciables para acercarse a sus receptores. Se habla de que a pesar de que Internet no sea empleado como medio de comunicación primario en el desarrollo de las campañas presidenciales, si eventualmente la contienda es cerrada, la diferencia puede ser establecida a partir de la calidad del trabajo persuasivo y propagandístico en los distintos ambientes mediáticos de Internet (redes virtuales y blogs principalmente) por los equipos de campaña de los candidatos. Las estadísticas principales obtenidas a través de este estudio son las siguientes:

- 51% de los usuarios de Internet en México consideran a Internet un medio idóneo para decirle al gobierno lo que debe hacer.
- 45% consideran factible que por medio de Internet las autoridades comprendan lo que la gente piensa.
- 26% consideran que gracias a Internet la gente tiene más poder político.
- 34% estimaron que Internet ha permitido a la gente comprender mejor la política.
- 63% de los usuarios de Internet en México tienen la mayoría de edad para poder sufragar.
- 58% de los usuarios de Internet a nivel nacional consideran a las redes virtuales como una de las principales fuentes de información en México.
- 87% de los usuarios de Internet en México están registrados en alguna red virtual. De éstos:
- 95% afirmaron estar registrados en Facebook.
- 45% están registrados en Twitter.
- Facebook y Twitter son las redes virtuales más populares en México (Ibídem).

Se afirma que la distribución de los usuarios de Internet en México por edades, es un dato que debería interesar a los equipos de campaña de los candidatos presidenciales, sin embargo, el verdadero reto radica en diseñar estrategias idóneas para despertar el posible interés de los usuarios de Internet indecisos en México, lo que refleja por qué la ciberpolítica es ahora una actividad primordial para el desarrollo de los eventos de campaña y de gobierno, puesto que una gran cantidad de jóvenes próximos a votar los que utilizan Internet, se debe considerar como una herramienta que ya no debe dejarse a un lado para la promoción y el acercamiento al público.

CAPÍTULO 4

PROCESO ELECTORAL 2012

Este capítulo abarca la contextualización, descripción y mención de los instantes clave en el proceso de las Elecciones Federales 2012, durante la cual contendieron cuatro candidatos: Josefina Vázquez Mota por el Partido Acción Nacional (PAN), Enrique Peña Nieto por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), Andrés Manuel López Obrador por el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y Gabriel Quadri de la Torre por el Partido Nueva Alianza (PANAL), así mismo, se da un breve recorrido histórico por los procesos electorales en México para elegir mandatarios de la República y se mencionan las principales propuestas, defensas y ataques, así como controversias y vicisitudes para los candidatos durante el mencionado proceso electoral.

4.1 Antecedentes

El proceso de cambio de poderes en México no es un acontecimiento nuevo. En el México recién independizado las logias masónicas hacían las veces de partidos políticos. La logia del rito yorkino era de tendencia liberal, en tanto que la logia del rito escocés era de estilo conservador. A mediados del Siglo XIX hubo igual republicanos y monarquistas con la misma tendencia, en esencia, unos querían un cambio que beneficiaría sus intereses y otros querían conservar el tipo de gobierno que igual beneficiaba sus intereses económicos y sociales, y como tal se alternaron el poder durante casi todo el Siglo XIX.

Los procesos electorales fueron pocos y totalmente imperfectos. Hubo plebiscitos, elecciones a dos rondas y elecciones amañadas de manera grotesca, mandatos por “oficio”, vulgares cuartelazos y candidatos “paleros”. Se llegó incluso a tener dos presidentes al mismo tiempo (Benito Juárez y Félix Zuloaga), o un emperador y un presidente (Maximiliano y Juárez). Durante la Revolución, hubo un presidente Constitucionalista (Venustiano Carranza) y otro Convencionista (Eulalio Gutiérrez). Recientemente, en 2006, Andrés Manuel López Obrador se declaró ni más ni menos que “presidente legítimo” mientras Felipe Calderón era el presidente Constitucional.

De igual manera, los procesos electorales nunca se han podido perfeccionar de tal forma que todos queden conformes con los resultados. Apenas en 1953 se le otorgó el derecho de voto a la mitad de la población (las mujeres), en 1970 se les permitió votar a las personas en cuanto tuvieran 18 años y más recientemente, en 1990, se creó el Instituto Federal Electoral como entidad autónoma para evitar que el Gobierno en funciones —a través de la Secretaría de Gobernación—, fuese “juez y parte” en todas las elecciones. Al parecer, habrán de pasar todavía muchos años en México para que las elecciones arrojen resultados satisfactorios para los partidos perdedores. En otras palabras, se puede afirmar que el proceso es aceptablemente “limpio”, pero no así el proceso preelectoral, en el que los medios masivos de comunicación trabajan (como cualquier comerciante en uso de razón) a favor de quien les pague más. Más aún, la libertad de información también influye mucho en los resultados finales. Las empresas encuestadoras más importantes difunden con un grado elevado de aproximación los resultados de las elecciones desde que empieza el proceso electoral hasta unos días antes de su realización de las votaciones, logrando con esto —queriendo o sin querer— desmotivar a algunos sectores de la población mexicana que ya no se molestan en acudir a las votaciones debido a que el resultado ya está definido.

Otro fenómeno que también afecta los procesos electorales en México, es la pasmosa cantidad de partidos políticos que participan, y que dicho sea de paso, representan una pesada carga para los contribuyentes que deben sufragar a miles de “grillos” de todos colores y tendencias. Los partidos llamados “paleros” que han surgido desde que en 1977 la Ley de Partidos Políticos y Procesos Electorales puesta en vigor durante el sexenio de José López Portillo les permitió recibir financiamiento (léase dinero) a cambio de meterse en las elecciones para dar la apariencia de pluralidad y libertad política. Así, cuando en la mayoría de los países desarrollados hay dos partidos políticos y además estos se tienen que conseguir su propio financiamiento a través de personas o empresas convencidas de su proyecto, aquí en México se les paga en efectivo su participación, y por ley se les debe conceder tiempo en radio y televisión, tiempo que representa una gran ganancia para los dueños de las televisoras y las cadenas de radio, y pérdida de tiempo para los ciudadanos

que deben ver y escuchar de manera constante, *spots* en donde se promete la panacea para resolver todos los males que afectan al país.

El proceso electoral de 2012 representó un eslabón más, estrechamente ligado a diversos fenómenos de las últimas dos décadas del Siglo XX y de la primera del XXI. Dos hechos importantes sobresalen, primero, el surgimiento del llamado “neopanismo”, es decir de una poderosa corriente surgida desde muy adentro del Partido Acción Nacional (PAN) que pugnó por derribar varios dogmas de ese partido, principalmente el de no aceptar recibir el financiamiento que daba el Gobierno Federal a todos los partidos políticos. El PAN se negaba de forma sistemática a recibir dinero de la federación y sus recursos los obtenía a través de donativos de empresarios y algunos clérigos, así como de rifas de automóviles entre los ciudadanos. La corriente neopanista se impuso, el PAN empezó a recibir tajadas del presupuesto federal y los resultados fueron que se ganaron curules, alcaldías y hasta gubernaturas para el más antiguo partido de oposición que siempre le sirvió al PRI para darle tintes de democracia a todas las elecciones desde finales de la década de 1930. El neopanismo también trajo consigo a muchos personajes que le darían la batalla al poderoso PRI: Manuel J. Clouthier, Ernesto Ruffo Appel, Francisco Barrios, Diego Fernández de Ceballos y, desde luego, Vicente Fox y Felipe Calderón.

El otro hecho de gran relevancia que ha sobresalido en el desarrollo de los partidos políticos, las campañas y las elecciones, fue el surgimiento en 1989 del Partido de la Revolución Democrática, cuyo origen amerita una profunda reflexión.

Al igual como en 1810-1821 fueron los criollos y los clérigos los que desataron el movimiento de Independencia (y no la población oprimida por la tiranía española), o como entre 1910 y 1917 fueron los terratenientes del norte los que desataron la Revolución y no los pobres campesinos y obreros oprimidos, de igual manera el surgimiento del PRD no fue debido a los ideólogos de izquierda, sino a que el PRI metafóricamente “se partió en dos”.

En 1982, poco antes de dejar la silla presidencial, López Portillo profirió la frase “fui el último presidente de la Revolución”, dicho esto en el sentido de que a partir de entonces

gobernarían al país otro tipo de mandatarios, gente con mayor preparación académica (López Portillo y sus antecesores cuando mucho habían estudiado la licenciatura en derecho y ni siquiera sabían otro idioma que el español) que tendría que gobernar con métodos científicos y se tendría que adaptar a la inminente globalización de la economía.

El propio López Portillo eligió como su sucesor a Miguel de la Madrid Hurtado, el primer presidente llamado pomposamente “tecnócrata” que en teoría habría de sacar a México del subdesarrollo, aunque en la realidad su sexenio fue un desastre en la historia reciente del país. Durante el sexenio de De la Madrid (1982-1988) surgió entre el gabinete de éste la llamada “familia feliz”, es decir, tecnócratas que se reunían en grupos elitistas, que repartían los presupuestos a su conveniencia, que determinaban “quién sí y quién no” debía ocupar los principales cargos públicos y que se daban la facultad de palomear las listas de candidatos a puestos de elección popular. Es así como centenares de políticos de viejo cuño empezaron a quedarse fuera del presupuesto.

Al acercarse el cambio de gobierno de 1988, Miguel de la Madrid eligió para sucederlo a un tecnócrata que al igual que él mismo, jamás había “sudado la guayabera” para ganar un puesto de elección popular, sino que su ascenso había sido a través de maniobras dentro del PRI y oficinas donde se manejaban las cifras de los presupuestos nacionales. Carlos Salinas de Gortari, con maestría y doctorado en el extranjero, Secretario de Programación y Presupuesto con de la Madrid, habría de ascender al máximo puesto del país, dejando a un lado a otros personajes que se creían con mayores merecimientos que el menudo y finito burócrata que jamás había batallado por ganar al menos una presidencia municipal.

Entre los priístas despechados estaban Porfirio Muñoz Ledo (funcionario durante el gobierno de Luis Echeverría Álvarez) y Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano (gobernador de Michoacán durante el gobierno de López Portillo, además de ser hijo del General Lázaro Cárdenas del Río, histórico expropiador del petróleo en 1938). Muñoz Ledo y Cárdenas fundaron en el PRI una llamada “corriente democrática” que pugnaba por evitar el proverbial “dedazo” con el que el presidente en funciones señalaba al que sería su sucesor.

Los tecnócratas segregaron a los que despectivamente llamaron “populistas o dinosaurios” y éstos en respuesta se agruparon en torno a la figura de Cuauhtémoc Cárdenas, que de ser un fervoroso priísta tanto por herencia como por conveniencia, decidió emplear su repentina popularidad para crear el llamado Frente Democrático Nacional al que se unieron varios partidos políticos de los llamados “paleros” para luchar en contra del PRI por la presidencia para el periodo 1988-1994. Cuauhtémoc, de ser un simple priísta despechado, de pronto pasó a ser algo así como el símbolo de la democracia y la resistencia nacional.

No se podrá saber con certeza si las elecciones de julio de 1988 fueron o no un fraude, Cárdenas obtuvo un abultado porcentaje de la votación, pero el PRI tenía la maquinaria nacional para captar votos hasta en el más recóndito de los pueblos, lo cierto es que el mayor triunfo que se pudo obtener no fue tanto la fundación del PRD en 1989, sino la creación del Instituto Federal Electoral (IFE) que en lo sucesivo habría de organizar los procesos electorales.

Con las elecciones ya organizadas por el IFE, en el año 2000, Vicente Fox Quesada, del PAN, logró lo que durante décadas parecía imposible: sacar al PRI de Los Pinos. El PAN logró capitalizar el avance democrático logrado por la oposición en conjunto, promoviendo a Fox para el período 2000-2006 y a Felipe Calderón para el sexenio 2006-2012, en cambio, el PRD se vio estancado por el mesianismo de dos candidatos: el propio Cárdenas que también se lanzó como candidato en 1994 y 2000; y Andrés Manuel López Obrador quien competiría por el máximo cargo del país en 2006 y 2012 (y que al parecer pretende lanzarse otra vez como candidato a través del organismo Movimiento de Regeneración Nacional, MORENA, en 2018). Dicho en otras palabras, entre 1988 y 2012 (24 años) el PRD ha perdido oportunidades concursando con dos “cartuchos quemados” y dejando a un lado a personajes que pudieron haber ofrecido batallas electorales más dignas, pero que se hicieron a un lado para dar paso a dos individuos con complejo de Mesías.

En contraste, durante sus años fuera del poder, el PRI tuvo una especie de reconciliación o más propiamente una simbiosis entre los tecnócratas y los políticos. La condicionante más trascendente fue que ahora los tecnócratas tienen, por fuerza, que haber ocupado puestos de

elección popular para poder aspirar a competir en cualquier elección, es decir, haber “sudado la guayabera” —como se mencionó párrafos atrás—.

¿Desde cuándo se empezaría a gestar la idea de que Enrique Peña Nieto, concursaría para la presidencia en 2012? Resulta difícil suponer que un funcionario público que dependía del desprestigiado gobernador del estado de México, Arturo Montiel Rojas, llegara a la presidencia de la República, pero así tendría que ser. Como gobernador del estado de México en tiempos de Calderón, los priístas se agazaparon astutamente en espera del resultado de las encuestas, al ver la inusitada popularidad que tenía el joven y “carita” gobernador todos se hacían a un lado, unos de manera discreta, otros de forma descarada, pero todos de manera inteligente.

Fallecido el “gallo” principal de Felipe Calderón en un trágico avionazo (Julio Camilo Mouriño), enfermo de gravedad el Secretario de Educación Alonso Lujambio y dividido el PAN entre los berrinches de Calderón y Madero, quedaban pocos candidatos, el bromista Ernesto Cordero y Josefina Vázquez Mota, con fama de “flojonaza” en el Congreso, ex Secretaria de Educación que no supo lidiar con Elba Esther Gordillo y cuya relación con Calderón era entre mala y pésima, el PAN organizó su evento de elección y esta última resultó con más votos.

La preelección se fue definiendo. Peña Nieto por el PRI, único precandidato de ese partido —Beltrones y los demás se hicieron a un lado— casi al nivel de coestrella televisiva, casi galán de telenovela. López Obrador por el PRD, candidato a rajatabla, poco menos que El Mesías, que es candidato forzoso, porque si no lo eligen desmantela al PRD —Marcelo Ebrard decidió hacerse a un lado, aun sabiendo que él era mejor candidato, tras acatar el resultado de la elección interna— y por el otro, Vázquez Mota —que pasó sobre Santiago Creel y Ernesto Cordero—, con carisma al uno por ciento o menos. Tal vez las mujeres que no estuviesen enamoradas de Peña Nieto se solidarizarían con ella. Hubo otro candidato el cuarto, se llama Gabriel Quadri, se le hace burla con infinidad de chistes: “Perdone señor Quadri, ¿a qué horas será su cierre de campaña?, —pregunta un periodista, ¿A qué hora podría usted venir? —responde Quadri al solitario reportero”.

Es importante destacar que entre esos candidatos, López Obrador presentó otra cara que no correspondía a la que dejó ver en 2006. Dejó de ser el agitador que echaba bravuconadas a diestra y siniestra, y de pronto se las quiso dar de “amoroso”, sus iniciales AMLO de pronto las cambió por AMLOVE, lo que parecía como si de pronto el tigre se hubiera vuelto vegetariano. Trató de rectificar tardíamente su carácter irascible, como cuando seis años atrás le dijo a Fox “¡ya cállate chachalaca!”, una frase costosa que tal vez le restó el punto que le faltó para vencer a su rival Calderón en aquel cerrado proceso electoral de 2006.

En la mayoría de los medios se critica duramente a Calderón por su Guerra contra el Narco, en la cual usó al ejército en lugar de a la policía, con resultados inútiles: se anunciaba la captura de un líder del narco, que a los diez minutos era sustituido por otro. Era como apagar el fuego con gasolina. Calderón se peleó con todos y nadie pudo ocultar su dipsomanía. Hasta Fox salió a balcón promoviendo el voto por Peña Nieto (Calderón pudo haberle preguntado: “¿tú también *bruto*?”). Conforme avanzaron las semanas parecía que a Peña Nieto no lo bajarían de la cima de las encuestas ni a balazos.

Sin embargo en las redes virtuales se denostó duramente a Peña Nieto. Cualquier extranjero que se hubiera basado en los sitios de Internet para hacer un pronóstico de los resultados electorales habría asegurado que Peña Nieto no alcanzaría más que un puñado de votos, y que López Obrador aplastaría al galán y a la panista (el otro era ignorado), pero tendrían que pasar por alto que México es un país surrealista. Como muestra de ello, las siguientes imágenes:



(Taringa, 2012)



(Por un México sin delincuentes. No al PRI, 2012)

Peña Nieto mostró su colosal incultura e hizo el ridículo en entrevistas en las que no estaban programadas las preguntas y ensayadas las respuestas, pero al igual que Vicente Fox doce años atrás, pareció un colchón que absorbió golpes de derecha y de izquierda. Lo criticaron por inculto y corrupto pero... se mantuvo en alto.

4.2 El primer debate

Todo mundo pugna por que se haga un debate de “altura”, por que se hagan propuestas serias a la problemática nacional, pero en la práctica, todos quieren ver cómo se dicen “de cosas” los actores políticos cuando están juntos. Si fuera por proyectos y propuestas serias, Quadri tenía que haber ganado el debate, pero no se trata de eso, pues entonces cualquier intelectual podría tener merecimientos para ocupar la silla.

Aunque el debate fue ordenado por el IFE de manera temática, López Obrador se saltó todas las trabas y dijo lo que quiso, sobre todo atacó a Peña Nieto, que bien aleccionado y con vocación de actor, no perdió los estribos y conservó el estilo de figurín impasible. El principal ataque de López Obrador hacia Peña Nieto fue la presentación de una fotografía en la que el priista apareció junto a Salinas de Gortari (que era algo así como años atrás

cuando a los niños se les caía algún dulce y se les advertía “ya lo besó el diablo”), pero... ¡la foto estaba al revés!

Bueno, aquí tengo los datos, se los voy a entregar. Aquí están los papeles: Exactamente 691 millones de pesos, 2005-2006... se los voy a entregar ¿Quién es realmente Enrique Peña Nieto?, esto no se sabe porque lo protegen mucho los medios de comunicación y en particular las televisoras y en especial Televisa. Es hechura de su tío Arturo Montiel, Gobernador del estado de México, que fue acusado de corrupción, cuya fortuna se calcula en 600 millones de pesos. Peña fue Secretario de Administración en el gobierno de Montiel y Arturo Montiel lo impulsó para que fuese el candidato al gobierno del estado de México; cuando acusaron a Montiel, ya estando Peña de Gobernador, de corrupción, pues obviamente lo exoneró, voy a terminar mi tiempo mostrando unas fotos porque esto no se ve en la televisión (López, 2012).



(El mundo al revés de AMLO, 2012)

Vázquez Mota insistió una y otra vez en el caso tragicómico del deceso de la niña Paulette, desaparecida, buscada por todos los agentes policiacos del Estado de México infructuosamente y encontrada —para asombro de todos— ¡muerta en su propia cama!

Peña Nieto pareció hacer oídos sordos al ataque, pero como éste fue tan persistente, acabó por enfurruñarse y decirle a Josefina, palabras más, palabras menos, que “si acaso pretendía revivir su campaña a costas de la niña muerta”. Entonces Vázquez Mota atacó los cacareados “compromisos” firmados antes notario que Peña Nieto hizo como candidato al gobierno del estado de México, y que se quedaron a medias.

Hace algunos meses la sociedad mexicana se conmovió, desapareció una niña y después apareció muerta; primero nos conmovimos y después nos horrorizamos, nos horrorizamos al ver la manera tan sucia en que se manejaron los procesos de investigación, nos horrorizamos al ver la manera tan burda en que no se ha informado cabalmente a la población, de ese dolor pasamos al horror, un estado de altos feminicidios, donde las mujeres tienen muy poco que hacer para defenderse, el caso de la niña Paulette sigue siendo un misterio, hoy el gobernador, ex gobernador, candidato del PRI tendrá oportunidad tal vez de aclararlo, en materia de justicia lo más importante es no ser parte del crimen organizado, condición indispensable (Vázquez, 2012a).

Gracias Lupita, sin duda el caso de la niña Paulette seguirá siendo un misterio (Vázquez, 2012a).

Josefina, qué lástima que quiera usted revivir su campaña en la muerte de una niña, lucrando con un lamentable accidente que enlutó a un hogar y que usted pretenda sacar ventaja posi... bueno, ventaja política de este hecho, sólo quiero referirle que la información precisa sobre este caso está en la página de Internet de un servidor que precisamente tiene un vínculo con la información que en su momento la Procuraduría de Justicia del Estado puso a disposición de toda la población para conocer a detalle el caso al que me he referido (Peña, 2012a).

Las redes virtuales reaccionaron levantando el brazo a López Obrador que subió algunos puntos en las encuestas a costillas de Vázquez Mota que pareció conforme con su 20 de 100. Es imposible decir quien ganó el debate por la subjetividad del evento, cada partido da como ganador a su “gallo” pero de ese primer debate queda en claro que lo más notorio fue la participación de una edecán de espectacular escote. El IFE se ve precisado a disculparse discretamente por el hecho.



(El economista, 2012)

4.3 El segundo debate

Sin edecán de por medio, el segundo debate dejó las cosas como estaban. Más que las propuestas que perdieron sentido (sobre todo las que expresaron los candidatos perdedores), conviene hacer un primer acercamiento analítico del discurso referente a las principales frases de los actores, con los cuales se hace notar el listado de propuestas, afirmaciones, defensas y ataques que de manera general, pronunció cada candidato.

4.3.1 Enrique Peña Nieto: (Peña, 2012b).

Tabla 1 – Enrique Peña Nieto listado. Creación propia. Frases, fuente: transcripción del segundo debate presidencial 2012, Instituto Federal Electoral.

Listado	Transcripción
Problemas de economía familiar.	Hay una constante que yo escucho en todo México, en todos lados la gente me dice: no me alcanza lo que gano para mi familia.
Mayores salarios.	El centro de mi propuesta es darle valor a tu trabajo. Lo que es el centro de mi propuesta es que tú ganes más para que te alcance para más.

Elevar nivel educativo.	Todo niño y todo joven debe poder estudiar por lo menos hasta la preparatoria. De lo que se trata es lograr una democracia de mayores resultados.
Reducir cámaras de diputados y senadores.	Y he propuesto para este propósito eliminar 100 diputados de la Cámara de Diputados y 32 senadores, los que son de representación proporcional.
Reforma energética.	Para ello, será necesario impulsar reformas estructurales como la energética, que además de lograr mayor productividad de PEMEX permita que luz baje de costo.
Vales de medicina. (Propuesta del Partido Verde Ecologista de México).	Reformas para que puedas tener los vales de medicina, que te permitan que aquellas medicinas a las que tienes derecho, cuando no las tenga el instituto que debiera otorgártelas las puedas recoger en cualquier farmacia que tú decidas.
Creación de un organismo anticorrupción.	Una Comisión Nacional Anticorrupción formada por ciudadanos, que puedan conocer de las denuncias de actos de corrupción en los tres niveles de gobierno.
Transparencia en gastos gubernamentales.	Lograr un gobierno de mayor transparencia y rendición de cuentas.
Ataque al gobierno panista de Calderón por incremento de violencia y pobreza.	México hoy se proyecta al mundo como un país inseguro, un país en violencia, un país empobrecido, un país donde no se generan empleos y oportunidades de desarrollo para los mexicanos.
Descalificación a su oponente panista.	Josefina, yo insistiría en que creo que la falta de acuerdos de lo que México necesita, hoy en día, fue precisamente porque su ausencia y la falta de capacidad para construir los acuerdos en el liderazgo que usted tenía dentro de fracción simplemente no se logró.
Generación de empleos.	Lo más importante es que este país transite por un nuevo camino, por un nuevo rumbo, con horizontes y con objetivos claros, y que esto se dé en un ambiente de estabilidad y de confianza, porque será lo único que permita que vengan más inversiones, que generen más empleos y que sean mejor pagados.
Paz social para promover a emprendedores y con esto hacer crecer la economía.	En una alianza permanente del gobierno y en una política industrial que siga el gobierno en apoyo a los emprendedores de nuestro país, lograr que la presencia de México en el mundo se amplíe y sea mayor.
Ataque al gobierno de Calderón por incremento de la pobreza.	Pero más grave aún, no sólo veamos las cifras de la pobreza o la estadística que en los últimos cuatro años ha empeorado, hoy tenemos a 12 millones más de mexicanos en esta condición.
Erradicación de la pobreza y el	Erradicar el hambre, erradicar la pobreza alimentaria

hambre.	en la que viven, insisto, más de 20 millones mexicanos.
Seguridad social universal para igualdad social.	Crear un sistema de seguridad social universal.
Controlar la inflación en productos de la canasta básica.	Uno de mis primeros compromisos es abatir y evitar el alza de los precios de los productos alimentarios de la canasta básica de los mexicanos.
Recalcó que el programa Oportunidades fue creado por el PRI con otro nombre (Progresá, Solidaridad, Coplamar, etc.).	El Programa de Oportunidades creado bajo los gobiernos priistas bajo otra denominación, pero que estos programas han permitido mitigar el hambre en las regiones más apartadas del país y que hoy beneficia a más de 6 millones de familias mexicanas.
Aclara a la candidata panista por qué dedicó su tesis de licenciatura a Arturo Montiel.	Josefina, veo la insistencia de parte suya de estar haciendo señalamientos y descalificaciones que la llevo a irse a más de 20 años atrás a encontrar una tesis que efectivamente tiene una dedicatoria en primera lugar a mi madre y a mi padre, que en paz descansen; a mis hermanos y a quien en ese entonces era mi jefe y me dio la oportunidad de trabajar y de estudiar al tiempo que hacía mi tesis y después me titulaba. Fue en un gesto de cortesía que tuve esta dedicatoria.
Mayores salarios.	Mi compromiso en esta propuesta que te he venido haciendo es que en esta elección y en el respaldo al proyecto que vengo encabezando seas tú quien gane más, que esta propuesta permita que ganes más por tu trabajo, que te alcance para más, que tu familia viva en mejores condiciones, pero que además lo pueda hacer en un entorno de mayor seguridad.
Ganan todos si gana él.	Te reitero, éste es un proyecto para que seas tú quien gane. Te pido tu voto de confianza para hacer realidad este proyecto donde lo más importante es que sean tú quien gane más.

4.3.2 Andrés Manuel López Obrador (López, 2012b).

Tabla 2 – Andrés Manuel López Obrador listado. Creación propia. Frases, fuente: transcripción del segundo debate presidencial 2012, Instituto Federal Electoral.

Listado	Transcripción
Si gana él, será la <i>gloria</i> para México.	Estamos a pocos días de lograr una gran transformación para la vida pública del país, por el bien de todos y para gloria de México.

No tenerle miedo al cambio (o a él).	Sólo podría impedir este hecho histórico, trascendente la desinformación, la desorientación y el miedo, el miedo al cambio, el miedo también inducidos, inducido por los que no quieren que las cosas cambien, que quieren que se mantengan como están, porque a ellos aunque le vaya mal al pueblo, aunque le vaya mal a la nación siempre les va bien.
No desatará disturbios sociales.	De antemano les digo que va ser un cambio tranquilo, con orden, sin conflicto, un cambio que vamos hacer entre todos, convenciendo, persuadiendo para que México mejore, para que el pueblo viva mejor.
Incluye a todas las clases sociales en su propuesta (no sólo a los pobres).	Hago un llamado a todos los mexicanos a unirnos, hago un llamado a los pobres, hago un llamado a las clases medias, hago un llamado a los empresarios a unirnos todos para salvar a México.
No se vengará de sus enemigos (o adversarios).	Voy a gobernar para todos: para ricos y para pobres, para los que viven en el campo y para los que viven en la ciudad; voy a gobernar, desde luego, para mis simpatizantes pero también para mis adversarios, que van a tener respeto, van a tener garantizados sus derechos.
La política económica (neoliberal) es la causante de la crisis.	El nuevo gobierno democrático que voy a encabezar tendrá como prioridad cambiar la política económica, no por razones ideológicas o políticas, sino sencillamente porque no ha funcionado. Y ese es un problema serio, grave que tenemos, eso explica el porqué de la crisis de nuestro país.
En 1983 empezó la pobreza por causa de la política neoliberal.	En 1983, cuando se empezó a imponer la actual política neoliberal, que esto no es de 12 años a la fecha, sino de 1983 a la fecha, 29 años, el salario mínimo alcanzaba para comprar 50 kilos de tortilla, un salario mínimo, ahora un salario mínimo alcanza apenas para comprar cinco kilos de tortilla.
Hacer crecer la economía generando empleos en gran escala.	Vamos a crecer al 6 por ciento y generar un millón 200 mil empleos cada año.
Hay violencia porque no hay trabajo.	Quiero enfatizar que el principal problema del país es la falta de trabajo y el segundo problema que tiene México, que afecta a los mexicanos, es la violencia y se deriva de la falta de trabajo.
Se dejarán de robar por vía de la corrupción, 300 mil millones de pesos.	Vamos a combatir la corrupción, no sólo por razones de índole moral, sino porque es mucho el dinero que se va por el caño de la corrupción; vamos a liberar 300 mil millones de pesos por el combate a la corrupción.
Se ahorrarán esos 300 mil	Ahí es donde vamos a ajustar, ahí vamos a ahorrar sin

millones de pesos quitándoselos a los altos burócratas, que son el 3% del total de la burocracia.	necesidad de despedir a nadie, terminar con los privilegios que hay en la alta burocracia. Y la reforma fiscal que estoy proponiendo progresiva.
Defensa de ataque de Josefina, que lo tachó de ex priista.	En el caso de la señora Josefina, le digo que en 1971 yo estaba en primero de preparatoria, estaba muy jovencito, aparento más edad, tengo nada más 58 años, lo que pasa es que estoy aflojado en terracería, entonces le comento, es mentira lo que usted dice, lo digo de manera respetuosa. Lo mismo en el caso de que yo esté en el PRI o que hice el Himno del PRI, eso no es cierto tampoco, sí en Tabasco, no es cierto, es la misma calumnia de siempre, no, pero le respeto mucho.
Promete buenas relaciones con los EU, para que ellos ayuden al crecimiento de México en lugar de verse afectados por la inseguridad y la violencia.	El gobierno que voy a encabezar mantendrá buenas relaciones con todos los pueblos y los gobiernos del mundo, en particular vamos a tener una muy buena relación con el gobierno de Estados Unidos.
Prefiere la política interior que la exterior.	Así vamos a cambiar la mala imagen que desgraciadamente tiene nuestro país en la actualidad en el mundo.
Añora los años del desarrollo estabilizador.	Yo creo que es importante mantener relaciones comerciales con todos los países del mundo, pero no es la panacea el firmar tratados comerciales y así lograr crecimiento, desarrollo. Tenemos que producir, tenemos que regresar al campo, tenemos que impulsar la actividad productiva, apoyar a las empresas. Ese es el planteamiento nuestro y cuidar nuestro mercado interno.
Desde 1977 defiende a los oprimidos.	Llevo 35 años atendiendo a la gente humilde, luchando por los que más lo necesitan.
Si se acaba la pobreza, se acaba la violencia.	Por eso tenemos que atender a 60 millones de mexicanos que están en la pobreza y de manera especial a 15 millones que están en la pobreza extrema. Cuando fui Jefe de Gobierno, desde hace 12 años se echó a andar el Programa de la Pensión para Adultos Mayores que ahora ya nos han copiado y qué bueno que así sea.
Combatir la pobreza y la corrupción.	Que se atiendan las causas del delito. La paz y la tranquilidad son frutos de la justicia.
Combatir la corrupción.	Terminar con la corrupción, que es el cáncer que está destruyendo al país. Tengo autoridad moral para lograrlo, tengo decisión de hacerlo, tengo ganas y no me va a temblar la mano.
Quiere que pobres, clases medias,	También hago un llamado a los priístas, a los panistas

ricos, panistas y priistas se unan con él para terminar con la corrupción.	de abajo, a los ciudadanos del PRI y del PAN, porque no es con ellos que tenemos diferencias, ellos están igual de necesitados como está la mayoría de la gente. Cuando hay un gasolinazo como ayer, pega por parejo; si no hay trabajo, pega a todos; si hay violencia, afecta a todos. Vamos a unirnos para terminar con este régimen de corrupción y de privilegios.
--	--

4.3.3 Josefina Eugenia Vázquez Mota (Vázquez, 2012b).

Tabla 3 – Josefina Vázquez Mota listado. Creación propia. Frases, fuente: transcripción del segundo debate presidencial 2012, Instituto Federal Electoral.

Listado	Transcripción
Ella es “borrón y cuenta nueva”.	Quienes estamos aquí, frente a ti, en este debate, no somos ni representamos lo mismo; no tenemos la misma historia y tampoco pensamos igual.
Nos representa a todos.	Yo te represento a ti, a las millones de mujeres, a los jóvenes, a los hombres; a los millones de ciudadanos y de familias que todos los días trabajan para salir adelante.
Representa los logros de gobiernos panistas.	Hoy tenemos la mayor cobertura de salud con el Seguro Popular y poco más de 25 millones de mexicanos entre los más pobres, con el Programa Oportunidades y de la mano de ustedes las mujeres, tienen apoyos en becas, salud y educación.
Los panistas no han sido represores.	Ustedes, los jóvenes, hoy sí pueden manifestarse sin el temor de un Presidente autoritario.
Llamado a las mujeres... y también a los hombres.	Conmigo reconstruiremos la paz, soy la mejor opción para igualar oportunidades a las madres solteras, a las jefas de familia y a las mujeres indígenas. A los hombres también les digo, soy tu mejor opción para progresar y mejorar sus ingresos.
Eliminación del fuero a los que se escudan en éste.	Que se elimine el fuero a toda la clase política sin excepción, para cerrar el paso a la impunidad y a la corrupción. Todos iguales frente a la ley.
Ataque a López Obrador.	A mí no me cuadran sus cuentas. Estos primeros 300 mil millones de los que usted habla hoy, aun despidiendo a todo el servicio del gobierno federal le dan a usted menos de 280 mil millones de pesos.
Ataque a los gobiernos priistas.	En el año 2010, 2011 y 2012 hemos tenido los mayores crecimientos económicos entre estos 2010 y

	<p>2012 contra los cuatro últimos años del PRI.</p> <p>Por supuesto tenemos un crecimiento que tiene que ser más vigoroso, pero la estabilidad económica que tenemos ni se puede despreciar ni mucho menos se puede echar por la borda.</p>
Ataca otra vez a López Obrador por el ahorro de 300MMDP.	Tendría que explicar qué va a eliminar, si las pensiones, si el Programa Oportunidades, si el Seguro Popular, sus cuentas no salen, candidato del PRD.
Palabras para los migrantes en EU que tienen derecho de voto.	<p>Ustedes y yo nos conocemos. He caminado La Villita al lado de ustedes; he caminado a sus negocios en Los Ángeles, en California y también en Nueva York.</p> <p>Rechazo categóricamente la criminalización de los mexicanos en los Estados Unidos, ustedes y yo seguiremos adelante.</p>
Ataca a Peña Nieto por “sus malas compañías”.	No solamente está Yarrington, está el ex tesorero de Moreira, que fue quien ungió al candidato del PRI como candidato a la Presidencia acusado nada más y nada menos que de lavado de dinero, es decir, de ser un capo más del crimen organizado.
Ataque al PRD.	Son lo mismo con dos rostros diferentes, porque recuerdo hoy todavía cuando el diputado Godoy entró escondido en la cajuela a San Lázaro con el sólo propósito de tomar el fuero para darse a la fuga.
Casi le dice “Títere de Elba Esther Gordillo” a Quadri.	Creo que el señor Quadri es un académico que ha logrado respeto, pero tiene un grave problema, señor Quadri, porque cada voto para usted es un voto para una familia, pero no es para ninguna de las familias que nos está escuchando, cada voto por usted es para la familia de la profesora Elba Esther Gordillo, que claramente gran parte de su familia está buscando una posición en el Congreso.
Como Secretaria de Desarrollo Social, 9 millones de pobres dejaron de serlo.	Yo conozco muy bien la agenda social. Como secretaria de Desarrollo Social caminé cada rincón del país y al finalizar mi gestión, 9 millones de mexicanos habían superado la pobreza extrema.
Ataque a priistas.	Déjenme decirles lo que una joven de Coahuila me dijo recientemente: "Josefina, libéranos de tres cosas: libéranos de los Moreira, libéranos de la deuda y del crimen organizado".
Peña Nieto y López Obrador son lo mismo.	Es la restauración de un mismo PRI.
Ataque a Peña Nieto por sus lazos con Arturo Montiel.	Esta es la tesis que el candidato del PRI le dedicó a Arturo Montiel y al calce dice lo siguiente: "Licenciado Arturo Montiel Rojas, por su ejemplo de tenacidad y de trabajo".
Peña Nieto es autoritario, se va a	El retorno de lo que representa el candidato del PRI,

rendir con el crimen organizado y va a abusar del poder.	el retorno del autoritarismo, de la rendición frente al crimen organizado y del abuso del poder.
López Obrador es intolerante, rencoroso, conflictivo, populista y provocaría crisis económica.	el retorno del otro rostro del PRI, del candidato Andrés Manuel López Obrador, que es la intolerancia, el rencor, la confrontación, el populismo y las crisis económicas que tanto lastimaron a millones de mexicanos.
Quadri trabaja para la familia de Elba Esther Gordillo.	La intención de presentarse como ciudadano, pero saber que solamente trabaja para una familia, cada voto por Quadri es un voto por una familia de la cual ya hemos hablado aquí.
Que voten por ella porque es mujer y es “la buena”.	Lo que hoy está realmente en disyuntiva y lo que tenemos que resolver el primero de julio es el México con el que viviremos nosotros y nuestros hijos. Si tú aún no has decidido tu voto, yo te pido tu confianza, yo te pido que me permitas presentarme como lo que soy: tu mejor opción de estabilidad económica, tu mejor opción de seguridad para tu familia. Puedo presentarme a ti como lo que soy: una política honesta. Este es el momento de decidir por México. Este primero de julio vota así, vota por una mujer, por Josefina Vázquez Mota.

4.3.4 Gabriel Quadri de la Torre: (Quadri, 2012).

Tabla 4 – Gabriel Quadri de la Torre listado. Creación propia. Frases, fuente: transcripción del segundo debate presidencial 2012, Instituto Federal Electoral.

Listado	Transcripción
Le da las gracias a su partido (a Elba Esther) por darle la candidatura.	A principios de febrero de este año Nueva Alianza me dio la oportunidad de representar a los ciudadanos en esta contienda electoral, me dio la oportunidad de representar a los ciudadanos enfrentando a los políticos en su propio terreno.
Los otros candidatos son lo de siempre.	Son las mismas caras de siempre, son los mismos políticos de siempre.
No le importan los spots, las encuestas ni el poder.	Sólo les importan los spots, sólo les importan las encuestas, sólo les importa el poder. Siempre les ha importado el poder, siempre han estado obsesionados, años, con el poder.
Pregunta a los otros candidatos su	Siendo algo tan importante la libertad de matrimonio,

postura ante los matrimonios homosexuales, nadie le responde.	la libertad de reconocimiento por la ley de las uniones civiles, yo les preguntaría a los otros tres candidatos, a Andrés Manuel, a Enrique, a Josefina, ¿qué opinan del matrimonio entre personas, independientemente de su orientación sexual? ¿Qué opinan de esta libertad individual fundamental?
Pregunta a los otros candidatos su postura ante un posible TLC con China, nadie le responde.	Ahora, siendo el tema de China tan, tan importante, yo les pregunto, otra vez, a ver si me contestan, a mis colegas candidatos si estarían de acuerdo, Josefina, Enrique, Andrés Manuel, de que tuviéramos un tratado de libre comercio con China.
Ataca a Josefina porque ella insinuó que era títere de Elba Esther, y saca a balcón un video de YouTube en donde Josefina está de zalamera con Gordillo.	A mí me gustaría comentarle a Josefina, pedirle a ella que por favor nos explique por qué antes tenía una opinión tan favorable, pero realmente enorme, tan zalamera de la maestra Elba Esther Gordillo. Les pido que vean a nuestros televidentes este video: "Querida amiga". Búsquenlo en YouTube y podrán darse cuenta entonces de la verdad -con todo respeto, Josefina- de las palabras que nos has pronunciado hace un momento, pero en fin.
Pregunta a los demás su postura ante la legalización de la mariguana. Nadie le responde.	Les pregunto si estarían de acuerdo con esto, les pregunto si estarían de acuerdo con cambiar este enfoque con respecto a las drogas, empezando por ejemplo, con el tema de la mariguana. Ojalá me respondan.
Llama “dinosaurios” a los priistas.	Pero en fin, hoy es hora de votar y tenemos cuatro opciones en México. Por un lado, tenemos al partido de los dinosaurios, al partido que se ha opuesto a todas las reformas estructurales del país en los últimos años.
Llama conservadores, mediocres e ineptos a los panistas.	Tenemos al partido de los conservadores, de la mediocridad y también al partido de la ineptitud.
Llama populistas, retrógrados, divisionistas y picapleitos a los perredistas.	Desde luego, está el partido del populismo, el partido de este populismo autoritario, voluntarista, al partido de la regresión histórica y al partido de la división entre los mexicanos, del odio entre los mexicanos.
Dice que él es moderno, liberal, sustentable y reformista.	Está también una cuarta opción, que representa Nueva Alianza, que represento yo, la opción por un México moderno, por un México liberal, por un México próspero y por un México sustentable, el México de las reformas estructurales.
Él podría ser el presidente... si todos votaran por él.	Quiero decirles una cosa. Si todos ustedes que aún dudan, pero saben que yo soy el mejor candidato a la Presidencia de la República, si aún dudan y todos votan por mí, si todos lo hacen, yo seré el próximo Presidente de México.

4.4 Debate del “#YoSoy132”

Muchos estudiosos de la política aseguraban que la población joven sería la que podría darle el triunfo a Peña Nieto debido a que la muchachada no había vivido en los peores tiempos de los gobiernos priistas que se habían acabado en el año 2000. Pero extrañamente (en un país surrealista, otra vez), los principales inconformes con el PRI representado por Peña Nieto eran los jóvenes que hacían gala de ingenio en las redes virtuales subiendo escarnios de todo tipo en contra del político-galán.

El 11 de mayo de ese año electoral 2012, en la Universidad Iberoamericana *campus* ciudad de México, los priistas declararon que fueron 131 “porros” los que se infiltraron ahí para provocar y agredir verbalmente al candidato del PRI, quien recibió todo tipo de agresiones verbales y tuvo que salir por piernas para cuidar su integridad física. Tres días después aparecieron en Internet las imágenes de esos jóvenes enseñando sus credenciales para demostrar que no eran pseudoestudiantes, y de la nada surgió un movimiento que en el dramatismo de los tiempos electorales casi subieron a la categoría histórica de los Niños Héroes. Es el grupo “#YoSoy132”, que de pronto, con los reflectores apuntados hacia ellos decidieron organizar su propio debate e invitaron a los candidatos a la realización de un debate no tan acartonado como los del IFE. Desde luego, Peña Nieto no quiso “hacerle el caldo gordo” al “#YoSoy132” y se abstuvo de acudir, con lo cual el debate fue algo así como un partido de fútbol sin pelota, ya que los jóvenes no tuvieron a quién patear.

Transmitido a través de Youtube, con muchas fallas técnicas, el debate tuvo escasa trascendencia. Fue criticado con ironía que los jóvenes que antes habían exigido la transmisión de los anteriores debates por cadena nacional, ahora le negaran el acceso a las televisoras privadas en la sede de la Comisión de Derechos Humanos del D.F.

Y poco después, sin más reflectores que unos cerillos, apareció un grupo de “activistas” que apoyaban a Peña Nieto. Comparado con el apoyo de los priistas que se mueven como desesperados por todo el país, los “activistas” fueron ignorados por los medios (y por los

enteros), puesto que además, fueron pagados por el PRI para demostrar que, en efecto, “no eran 132”.

En los días previos a la elección, la situación fue bastante confusa entre la población que súbitamente se politizó como cada seis años, la frase “dicen que...” circula por todos lados. “Dicen que López Obrador en realidad va muy por arriba de Peña Nieto, dicen que las encuestas son una trampa para hacer creer a la gente que Peña Nieto va muy arriba, dicen que...”

Si los desatinos intelectuales (pifia en la Feria del Libro), informativos (el salario mínimo es de 900 pesos mensuales) y de tacto social (¡yo no soy la señora de la casa!) no parecían hacer mella en el ánimo de los encuestados, en cambio el ánimo de votar en su contra se avivó con twiteos de su hijita (el asunto de “la prole”). El equipo de Peña Nieto tuvo que trabajar horas extra para evitar que tonterías como esas fueran a influir en el ánimo de los votantes, pero en realidad todo parecía ya definido, pues Peña Nieto se seguía sosteniendo en la punta y acaso López Obrador repuntaba tardíamente. Una buena opción hubiera sido devastadora para Peña Nieto, un candidato como Fox lo hubiese aniquilado, tal vez hasta el desairado Marcelo Ebrard hubiese sido de mayor peligro, pero la realidad era que Josefina Vázquez nunca había dejado su entrañable tercer sitio y López Obrador ya había dado todo de sí desde que Calderón lo dejó en la raya. Cambió de estrategia en el sentido de dejar de ser bravucón para convertirse en amoroso, pero no en estar repitiendo que los priístas eran corruptos y que él iba a bajarles el sueldo a los asalariados ricos para repartirlo entre los pobres.

En las redes virtuales, extrañamente, le cuelgan a López Obrador cualidades que ni su progenitora le reconoce. Es ya no sólo Mesías, sino Salvador, Patriota, Valiente, Grande, Luchador Social, Reencarnación de Juárez, Esperanza Nacional, etcétera. Los panistas que perdieron la fe en Josefina de pronto hablaron del “voto útil” y decidieron que éste sería para el que más guerra le dio a Calderón que el mismo narco.

Junio de 2012, la efervescencia política se siente en todo el país. La televisión, *spots* continuos, programas de análisis político en los que todos tienen la razón, a cual más luce con sus puntos de vista. Viendo esas mesas de debate entre tanto analista político, cualquiera diría que cualquiera de ellos sería mejor presidente que Peña y Obrador juntos, pero ellos no eran candidatos, aunque sí más listos que cualquiera de ellos. Las radiodifusoras trataron de ser imparciales aunque se inclinaron un poco hacia Peña Nieto, y lo mismo pasó con los periódicos, está claro que en los medios de comunicación comerciales, “el que paga manda”, y también podría decirse que el que paga más, manda más.

Cualquiera que alzara la voz en defensa de Peña Nieto era atacado por las redes virtuales como cuando un desdichado se cae en un estanque de pirañas. Parece claro que la visión de los televidentes, de los radioescuchas y de los lectores de diarios es diametralmente opuesta a la de los internautas. Al analizar las encuestas uno daba por hecho que Peña Nieto sería el presidente. Al navegar por Internet uno daba por hecho que López Obrador sería el “bueno”. Ameritaría un análisis o una mesa redonda acerca de este fenómeno. La incógnita estaba a escasos días de esclarecerse, ¿la verdad está en los resultados de las encuestadoras y en los medios de comunicación comerciales o en los foros de Internet?

4.5 La jornada electoral

Quienes esperaban un cierre de votación tan espectacular como el de 2006, en el que Calderón ganó la presidencia de la República “por una nariz” —término empleado en las carreras de caballos para indicar que casi llegaron los equinos al mismo tiempo a la meta—, se quedaron desairados cuando Peña Nieto llegó al primer lugar por varios cuerpos de distancia. 38.21% de los votos. López Obrador muy atrás con el 31.59% y más atrás Josefina con 25.41% de los sufragios. No había nada que reclamar, no había que organizar manifestaciones o plantones en las calles para pelear por un par de décimos de punto. El triunfo de Peña Nieto había sido sino categórico, al menos bastante holgado.

A las pocas horas los debates y las encuestas ya eran material histórico listo para el desecho, las bardas pintadas por todo el país, los millones de gallardetes que pendían de los postes eran ya propaganda con más valor por kilo que por la información contenida.

La jornada electoral fue, parafraseando un poco el título de una novela de Gabriel García Márquez, la “crónica de un triunfo anunciado”. La gente realista ya sabía que Peña Nieto iba a ganar, que López Obrador habría de protestar por su derrota, que Vázquez Mota al fin volvería a una vida más relajada (como la que llevaba antes de la ingrata aventura que fue su candidatura) y que Quadri habría de añorar su especie de vacaciones por todo el país con todos los gastos pagados por la ciudadanía.

No hubo incidentes dignos de mencionar, no hubo violencia ni tampoco, desde luego, hubo sorpresas, al igual que como se dice después de los choques leves entre dos automovilistas despistados y civilizados, “cada quien se fue con su golpe”.

Peña Nieto —una vez que se hizo oficial el anuncio de su triunfo— llamó a la unidad nacional y a apoyar las reformas estructurales que eran parte de su programa de gobierno en caso de resultar electo: reforma política, financiera, energética, educativa, etcétera.

López Obrador tuvo la chistosada poco creíble de decir que votó por José María Pérez Gay para presidente de la República (él fue un intelectual de izquierda columnista de algunos periódicos como La Jornada, el Unomásuno y la revista Nexos, además de haber sido uno de sus consejeros personales). Y después de faltar a la promesa de haber declarado que si no ganaba “se iría a La Chingada” (una finca de su propiedad en el estado de Chiapas) se propuso seguir luchando a través de MORENA (Movimiento de Regeneración Nacional), una especie de partido político creado por él y para él, toda vez que sabía que sería muy difícil que el PRD lo fuese a postular para el 2018 (aunque en el proverbial México surrealista todo es posible).

Por su parte, Vázquez Mota en conferencia nocturna en el seno del Partido Acción Nacional, reconoció su derrota y dio las gracias a los que votaron por ella, en un discurso

que seguramente ya había memorizado desde meses antes. Quadri de la Torre sólo dijo que “había vida después de las elecciones” y que nunca volvería a participar en una aventura así.

El Movimiento “#YoSoy132” tendría un fin más prolongado, ya que se fue diluyendo ante la falta de interés de la sociedad en general, que se dio cuenta de que los jóvenes estudiantes no representaban los intereses de nadie en particular y que tendían a volverse algo tan irrisorio como el Ejército Zapatista u otro tipo de agrupaciones que acaban por ser cooptadas por elementos gubernamentales o políticos para utilizarlas a favor de sus intereses. Al final salió otro grupo llamado “#YoSoy133”, integrado por niños que también querían tener algunos minutos de fama.

4.6 Después de la tormenta

Semanas después de la elección del 1 de julio de 2012, la sociedad retomó su ritmo habitual, en las redes virtuales se seguía haciendo escarnio cada vez que Peña Nieto, ya presidente electo, cometía alguna pifia, y lo mismo en sus primeros meses como mandatario. La noche del Grito de Independencia, el 15 de septiembre de 2013, una fiesta nacional que no sólo la lluvia la enfría, sino también los centenares de acarreados que lleva el PRI al zócalo para hacerle “el caldo gordo” al flamante presidente de la República.

Josefina y Quadri desaparecieron del mapa, ¿qué fue de ellos?, o peor aún, ¿quién se acuerda ya de ellos? En cambio, López Obrador sigue grillando como desde hace casi cuatro décadas. Sus máximos logros fueron llegar a ser Jefe de Gobierno en la Ciudad de México, cargo que ocupó para soñar con ser presidente de México entre 2006 y 2012. Otro logro, quizá pírrico, fue adueñarse el PRD haciendo a un lado a los izquierdistas moderados para hacerse rodear exclusivamente de personajes de “rompe y rasga”. Al PRD le llegaban a decir “el Bronx de la política”, haciendo alusión al barrio neoyorquino en donde habita la gente más violenta y conflictiva.

López Obrador se ocupa intensamente en su grupo llamado MORENA (Movimiento de Regeneración Nacional) que seguramente se convertirá en partido político y que lo elegirá como candidato presidencial en el 2018, cuando el irascible-amoroso personaje tenga ya 65 años de edad y algo parecido al Alzheimer o a la demencia senil se hayan agudizado. Para ese entonces, Peña Nieto se habrá aburrido, hastiado y fastidiado de la presidencia, ya que como presidente tiene grandes similitudes con el gringo Ronald Reagan, quien primero fue actor y con tal vocación supo desempeñar el cargo de presidente de los Estados Unidos, memorizando y repitiendo al pie de la letra los discursos y estrategias que le daban a leer las eminencias grises que estaban detrás de él.

Surgen algunas preguntas interesantes: ¿para el año 2018, prevalecerá el fenómeno de las redes virtuales que darán otra información diametralmente opuesta a la realidad?, ¿el encono de los usuarios de las redes virtuales en 2012 fue contra la figura de Peña Nieto en particular, o contra el PRI en general?, si en la actualidad, según los estudios más recientes del INEGI en 2012, 45 millones de mexicanos se pueden considerar cibernautas, seguramente para el 2018 la cifra debe ser mucho más elevada, ¿entonces será más fidedigna la lucha electoral que circule por las redes virtuales?, ¿llegarán a coincidir las encuestas con la opinión de los usuarios de las redes virtuales?

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS DEL DISCURSO

La herramienta metodológica que permite estudiar a profundidad las manifestaciones lingüísticas dadas en contextos sociales específicos es la conocida como *Análisis del Discurso*, misma que aborda los eventos comunicativos desde diversos enfoques —narrativo, ideológico, estilístico, entre otros (Prieto, 2000)— con el fin de describir, hallar similitudes, encontrar intenciones u otros aspectos dichos o no dichos por un emisor de mensajes.

En la actualidad no se cuenta sólo con discursos pronunciados de forma oral o reforzados de manera escrita, siendo que hoy en día lo visual juega un papel fundamental, el discurso se complementa con los elementos de la imagen que aparecen como testimonio de una realidad que necesita ser constatada (Sontag, 2006), ésta también es creada de forma intencional para sugerir algo o persuadir a los receptores (Barthes, 1986), por lo que el estudio del discurso lleva ahora un enfoque en cierto modo más complejo pero también más amplio y enriquecedor.

Este capítulo aborda el concepto general de análisis del discurso, sus dimensiones y el modelo particular que se empleó en este trabajo de investigación, las categorías utilizadas, el momento específico de acción del discurso de los emisores y el refuerzo visual que éstos hicieron del mismo

5.1 Discurso y análisis del discurso

El discurso es una práctica social común que aparece en instantes lingüísticos específicos y que da cuenta de intenciones tras de éste que son muy claras en un evento dialógico, los discursos están hechos para persuadir, instruir, informar o explicar y dejan claro quiénes son los que lo elaboraron con fines claros y quiénes fueron partícipes de éstos que por ende actúan en consecuencia. El discurso:

Implica tomar en consideración a las personas que usan esas formas [verbales o no verbales], y que tienen una ideología, una visión del mundo, así como unas intenciones, metas o finalidades concretas en cada situación; unas personas que despliegan *estrategias* encaminadas a la consecución de esos *finés*. Como miembros de grupos socioculturales, los usuarios de las lenguajes forman parte de la compleja red de relaciones de poder y de solidaridad, de dominación y de resistencia, que configuran las estructuras sociales, siempre en tensión entre la igualdad y la desigualdad, la identidad y la diferencia. Las identidades sociales de las personas —complejas, variadas e incluso contradictorias— se construyen, se mantienen y se cambian a través de los usos discursivos. Porque es en ellos donde se activan y se materializan esas *caras* que se eligen para cada ocasión (Calsamiglia y Tusón, 2007, p.16).

Para poder comprender esas intenciones que existen en la emisión de los discursos está la herramienta para su análisis que brinda la metodología cualitativa dentro de la lingüística. Inmiscuirse en el discurso lleva inherente la idea de una comprensión completa del contexto vivido en el instante en que se dio el evento comunicativo, significa conocer las implicaciones sociales y personales que llevaron a la pronunciación del mismo y el porqué de muchas cosas dichas, no dichas y expresadas de manera visual.

“El análisis del discurso puede reconocerse hoy como un acercamiento científico a los usos sociales del lenguaje humano y por extensión al de otros lenguajes creados por el hombre” (Guitérrez, 2002), gracias a esta herramienta metodológica se pueden entender distintas dimensiones e implaciones en el discurso que otras herramientas metodológicas no permiten conocer por el instante en que son empleadas.

Los orígenes del uso de esta herramienta datan de la segunda mitad del siglo XX y entre los principales exponentes se encuentran Benveniste quien planteó la enunciación (1999), Austin (1982) con los actos del habla y Foucault (1988) con los estudios del poder. Otro de los grandes exponentes del discurso es Van Dijk (2005), quien ve los orígenes del análisis del discurso en disciplinas como la lingüística, los estudios literarios, la antropología, la semiótica, la sociología y la comunicación oral.

5.2 Enfoques del análisis del discurso

Van Dijk (Op.cit.) menciona como referencia en la historia de esta disciplina a los cuentos rusos que fueron motivo para realizar los primeros análisis de tipo narrativo, y posterior a ello surgió el interés por las formas del discurso habladas, dadas de manera espontánea en contextos habituales.

Lo anterior dio pauta para el surgimiento de otro enfoque que trata el análisis de la conversación, mismo que se centra en los detalles de la interacción cotidiana y en el habla informal. Este enfoque fue utilizado sobre todo por antropólogos como Goffman (1997), quien observó en éste categorías tales como imagen, territorio y ritual comunicativo, así mismo, se encuentran en éste otros representantes como Wittgenstein (2000), quien acuñó el término *juegos del lenguaje* para hacer referencia a las modalidades de conversación que incluyen jergas específicas o frases que entienden grupos particulares.

Van Dijk (Op.cit.) asegura que el análisis del discurso no es concerniente a una sola disciplina y que los primeros análisis de textos fueron complementados con una descripción de las dimensiones cognitivas, sociales y culturales del uso del lenguaje y del discurso. Posterior a los estudios de textos fijos y escritos, se amplió el análisis a modalidades dialógicas y orales de los actos del habla.

También, entre los primeros usos del análisis del discurso se encontró una herramienta conocida como análisis de contenido, no obstante, ésta se encargó únicamente de cuantificar palabras aparecidas a lo largo de un texto y darles orden de preponderancia según el número de veces que eran mencionadas, pero no permitía ir más allá en la implicación que tiene el pronunciar un discurso con temas y enfoques particulares.

Prieto (Op.cit.) asevera que en la década de los sesenta “fueron analizados, por ejemplo, periódicos de distintos países en relación con un determinado tema. Se procedía a tomar medidas de columnas, a distribuir la información por titulares y pie de fotos, a revisar el espacio dedicado a las fotografías... Todo esto llevaba a una serie de conclusiones con

relación a la importancia que un periodista o un editor daban a determinados asuntos”. Ello no permitía observar más allá en el discurso plasmado, por tanto, se recurre a enfoques más profundos, algunos que se mencionarán de forma general a continuación.

Así mismo, existen otros autores que toman en cuenta diversas categorías de análisis enfocadas en los distintos objetivos discursivos: política, narrativa, historia, etcétera; de igual manera, hay técnicas variadas para emplear el análisis, por ejemplo, Gutiérrez (Op.cit.) dice que “En la actualidad existen ciertas sugerencias interesantes y útiles basadas en las investigaciones en el campo de la semiótica, la pragmática, la etnometodología, la lingüística del texto, las cuales puede ser adoptadas una vez que se ha constituido el corpus de análisis y que se ha analizado la naturaleza del mismo y definido los objetivos de análisis”.

De acuerdo a la misma autora, algunos de los tipos de análisis que se pueden ocupar para desarrollar esta herramienta son los siguientes:

- a) Análisis narrativo: funciona para aquellas narraciones que conllevan lógica o *estructura actancial*. El análisis narrativo facilita la explicación de los elementos relacionados con la ideología, dice Gutiérrez (Ibídem) “al pretender sustentar relaciones de dominación y al hacerlas aparecer como legítimas, tiende a asumir una forma narrativa. En los relatos se cuentan historias que glorifican a quienes están en el poder y pretenden justificar el *status quo*”.
- b) Análisis de la estructura sintáctica: el orden en el que se encuentran escritas las palabras formando oraciones con intencionalidades específicas, forman parte del análisis a partir de la estructura sintáctica, en donde la nominalización y la pasivización desempeñan un papel vital en el discurso. “El uso de los pronombres y la estructura de los tiempos pueden facilitar, por ejemplo, un acceso inicial a los procesos de reificación dentro del lenguaje”.

- c) Análisis de la estructura argumentativa del discurso: gracias a esta categoría se puede sacar a la luz la ideología legitimada en el discurso y las estrategias de disimulación. “El análisis de la estructura argumentativa puede esclarecer la función encubridora de la ideología, por ejemplo, sacando a la luz las contradicciones y las inconsistencias, los silencios y los lapsus que caracterizan la textura de un discurso”.

- d) El análisis conversacional: es una propuesta metodológica que observa los modos de interacción lingüística dentro de los que va reflejada la organización de la intencionalidad y el reflejo de la cultura y la ideología de algunas personas. Esta técnica debe ser tratada con precaución puesto que requiere del entendimiento del contexto y las condiciones sociohistóricas que permean un intercambio dialógico.

- e) El análisis semiótico: estudia la relación entre los signos y los sistemas simbólicos a los que pertenecen. “Este tipo de análisis [...] busca analizar sus rasgos estructurales internos, sus elementos constitutivos y sus interrelaciones, y vincularlos con los sistemas y códigos de los cuales son parte”.

5.3 Tipos de discurso

5.3.1 Discurso oral

Este tipo de discurso se manifiesta cuando hay una acción verbal pronunciada directamente por un emisor, es una modalidad natural que va acompañada de entonación, volumen, matices en la voz, ademanes, gestos y un público espectador del discurso pronunciado, que regularmente es en el mismo tiempo y espacio que el orador.

Una manifestación oral se presenta desde la acción de un saludo, un elogio o una petición, por ejemplo, pero sus manifestaciones más complejas se encuentran en debates, asambleas o conferencias, por mencionar algunas. El discurso oral es la forma más espontánea de

discurso, ya que al ser pronunciada por un emisor permite cautivar y llamar la atención de los receptores.

El discurso oral tiene también la ventaja de poder ser retroalimentado por los espectadores, quienes pueden hacer series de preguntas o comentarios, en el caso de un discurso político, éste puede alternarse con aplausos, gritos o porras de quienes están presenciando el mismo. A pesar de que los discursos orales en su modalidad formal suelen ser preparados bajo estrictas reglas, siempre conservarán una espontaneidad que los otros tipos de discursos no tienen, pueden existir factores que hagan que se altere en cierta medida la oralidad, que además genera impactos distintos de acuerdo a quien vaya dirigido.

Además, la oralidad permite improvisar sobre el tema pronunciado si es necesario, así mismo consiente el decidir de qué manera será dicho algo, el lugar, el público, la distancia o la acústica.

5.3.2 Discurso escrito

Esta forma de discurso responde a aquella que está plasmada en un soporte físico que permite a las palabras permanecer a lo largo de un tiempo indefinido, llega a más público pues cualquiera puede tener acceso a éste, está elaborado en un tiempo y lugar que puede llegar a ser una barrera para una persona que trate de entenderlo y que se encuentre fuera de tal contexto.

En el caso del discurso escrito, los emisores y receptores son mejor entendidos como escritores y lectores, quienes no comparten el tiempo y el espacio del discurso dado, algunos por ejemplo, plasmados en obras literarias, son consultados por lectores actuales aunque el escritor esté muerto. Existen diferentes canales que sirven como vía para transmitir los discursos escritos, ya sea a mano o elaborados a partir de la imprenta, artefactos mecánicos o recientemente los medios digitales.

Los discursos escritos sirven como manifiesto de la realidad que está plasmando un autor y que perdura a través del tiempo. Lo escrito también puede hacer uso de elementos visuales que lo hagan más llamativo ante el ojo de los lectores, y esto consiste en tener desde un formato con tipografía adecuada para la lectura, resalte de títulos y subtítulos, márgenes justificados hasta imágenes, esquemas o colores que refuercen el contenido.

5.3.3 Discurso visual

Una tercera manifestación discursiva, es la que corresponde a los elementos visuales como forma propia de discurso. La imagen en sí representa mensajes que quieren darse a conocer ante diversos públicos. Una amplia ventaja que tiene el discurso visual sobre los anteriores es que no en todas las circunstancias necesita de la misma lengua para ser comprendida, a menos que se trate de una imagen de algún contexto en particular.

La imagen es empleada tanto para expresiones artísticas como para publicidad, por ejemplo. Hoy en día, lo visual, como ya se ha mencionado, forma parte fundamental de la cotidianidad de los individuos, algunos que son de otras naciones pueden tener idea de cómo es otro sitio con el simple hecho de mirar una fotografía, si no se habla el idioma bastará con hacer analogías con el contexto vivido, así mismo, la fotografía constata lo que un orador o escritor quiere dar a conocer.

La imagen es empleada, por tanto, como refuerzo de las modalidades de discurso oral y escrito, un individuo que utiliza su propia imagen como medio propagandístico de forma pública consigue también empatía y gente adepta que apoye a la consolidación de una figura.

En el análisis del discurso, existen otras categorías que diversos autores han determinado para el desarrollo de un análisis más consiso. Eva Salgado Andrade (2003) realizó análisis de discursos presidenciales empleando categorías que buscaban encontrar esquemas contextuales o repetidos entre uno y otro para identificar enfoques y concordancia entre hechos y propuestas de presidentes de 1917 a 1946.

Algunas de las categorías planteadas por Eva Salgado se utilizan en el modelo de análisis propuesto para la presente investigación, así como la teoría de los tiempos verbales y el análisis de lo no dicho a partir de Oswald Ducrot.

5.4 Modelo de análisis

5.4.1 Análisis escrito

El modelo utilizado para el análisis del discurso emplea categorías utilizadas por Salgado (2003), Ducrot (1984) y Carrasco (2010). A continuación se explicarán las categorías utilizadas y el objetivo de cada una de éstas en el modelo para análisis del discurso escrito pronunciado de forma oral, empleado para este trabajo.

5.4.1.1 Modificadores de sentido (magnificación a partir de adjetivos y adverbios).

Esta categoría representa en el análisis, el sentido de impacto que se da a una discurso a partir de modificar los sustantivos, verbos y los mismos adjetivos y adverbios empleados, utilizando palabras que realcen las propuestas, que les otorguen una dirección de convencimiento y confiabilidad de tal manera que puedan ser entendidas como la manera de corroborar que la información dada va a llevarse a cabo.

Gracias a los modificadores de sentido, los actores políticos pronuncian frases adverbiales o adjetivales que funcionan para posicionarlos en un plano superior al de los actores políticos en competencia, así mismo, le dan realce a las acciones de campaña e invitan a la gente a convencerse de que votando por ellos, se lograrán las acciones prometidas no sólo de manera simple, *realizadas y ya*, sino de la mejor manera, de ésa que represente a un colectivo y que soslaye los errores de gobiernos pasados.

5.4.1.2 Inclusión del hablante.

Esta categoría coadyuva para lograr impacto de generalización entre las personas a quienes va dirigido un discurso. Cuando el actor político utiliza el pronombre *nosotros* para indicar que forma parte de esas personas a quienes va a gobernar, genera empatía y confianza; así mismo, el hablante puede incluirse en el discurso a través del pronombre en primera persona del singular *yo*, con el cual asume compromisos personales que le otorgan el estatus de líder y lo dan a conocer como una opción fiable, ya que si el actor se compromete en tercera persona o como parte de un grupo reducido de personas podría propiciar la suspicacia de parte de sus receptores o futuros votantes.

El contexto discursivo y el empleo de la deixis en la inclusión del hablante, sitúa al actor político en un momento específico de su campaña, en donde puede aun, aprovechar para propiciar la sensibilidad y la generación de emociones al demostrar que comprende la situación por la que todos los receptores, con él incluido, pasan, y que intentará mejorar a partir de un trabajo en equipo con los ciudadanos o con un compromiso propio asumido y que se llevará a cabo bajo la única garantía de su palabra.

5.4.1.3 Universalización.

Es una característica discursiva empleada para referirse a todas y cada una de las personas que se pueden convertir en votos seguros para algún candidato. La universalización en el discurso se realiza a partir del uso de palabras como *todos*, *todas*, *ningún*, *ninguna*, *nadie*, *siempre* o *nunca*. Ello, en primera instancia, da cuenta de a cuántos está considerando un candidato, no es lo mismo que se diga “las mujeres de este país serán beneficiadas” a “todas las mujeres de este país serán beneficiadas”, el simple hecho de agregar el *todas*, significa que nadie quedará fuera de un compromiso o propuesta.

Por otra parte, al usar las negaciones como *nadie*, *ningún* o *ninguna* también significa que un candidato podría estar comprometiéndose a no descuidar absolutamente a un solo agente

de aquellos que son receptores de su propuesta y que podrían tenerlo como gobernante, aunque el peso de esas palabras podría también ser utilizado para descalificar oponentes, a partir de aseveraciones como “nadie ha gobernado de la manera en que yo lo puedo hacer”.

Finalmente, el uso de los adverbios *siempre* o *nunca* en el sentido de universalización refuerza los compromisos o propuestas hechas por el actor político, la garantía de un *siempre* propicia el depositar la confianza en el agente y el que *nunca* fallará concluye como signatura del compromiso.

5.4.1.4 Teoría de los tiempos verbales.

El tiempo y el modo de conjugación de los verbos lleva gran parte del peso en el discurso, por lo cual no puede dejarse fuera esta categoría. Los tiempos verbales deben ser utilizados con sumo cuidado debido a que representan el contexto extralingüístico de un actor que pronuncia el discurso en un momento específico.

En la política, el uso de los verbos debe llevarse a cabo con todo el cuidado posible. Es preferible emplear el modo indicativo pues es el modo de conjugación que, por excelencia, se emplea siempre que se habla de realidades; tocar el modo subjuntivo en el discurso político no resulta conveniente pues deja abierta la posibilidad a entender que el discurso está basado sólo en deseos o aspiraciones de los actores políticos; el tercer modo, que es el imperativo, debe vigilarse con igual cuidado y precisión, pues es un modo agresivo que se utiliza únicamente para ordenar de forma directa, sin una diplomacia inicial que lleve a emitir la orden, como puede realizarse a partir de sugerencias desde el modo indicativo.

Ahora bien, dentro del modo indicativo también es conveniente saber qué tiempos son los que deben usarse. Hablar en tiempo presente genera una temporalidad actual en concordancia con el instante de la campaña, del discurso y de los receptores de este último. Incluso, hay acciones del pasado expresadas a través del *presente histórico* que les dan relevancia en la época actual, el *presente simple* se puede emplear para ejecutar la promesa de un compromiso y el *presente continuo* da cuenta de acciones que el actor político ha

estado realizando y sobre las que proseguirá con su trabajo, el *presente por futuro* da una idea de proximidad hacia los compromisos asumidos por el candidato. Así mismo, el tiempo compuesto conocido como *antepresente* es capaz de dar cuenta de acciones ocurridas de manera inmediata antecedente a la actualidad.

Dentro del modo indicativo, debe vigilarse el uso del tiempo pretérito, teniendo en cuenta que éste sitúa al actor político en acciones de su propio pasado que, en ocasiones, no es recomendable retomar o *sacar a la luz* en el presente, así mismo, el pretérito pudiera ser un reflejo de los logros que en su momento alcanzó el actor político pero que, no tienen demasiado que ver en su desempeño actual. El tiempo pasado puede ser útil en cuanto a la descalificación de oponentes o para referir acciones negativas ejecutadas por actores de otro contexto que serán reparadas en el presente.

Así, el uso del tiempo futuro también deberá manejarse con precaución. El tiempo futuro, aun el del modo indicativo, no da firmeza a propuestas ni certezas sobre la ejecución de los compromisos, así mismo, el futuro puede ser entendido como incertidumbre y posibilidad, mas no una seguridad, a menos que se emplee en un futuro a largo plazo, en donde quizá, por la magnitud del compromiso o por las consideraciones para el mismo, no se pueda llevar a cabo de la manera esperada en un solo sexenio, con lo cual se pasaría la batuta de responsabilidad al siguiente gobernante.

Los tiempos copretérito y pospretérito son poco utilizados en el discurso político, pues el primero refleja acciones habituales que casi nada tienen que ver con la intención del discurso, mientras que el pospretérito funcionaría para prometer acciones sólo si alguna circunstancia específica permite el desarrollo de la misma.

5.4.1.5 Lo no dicho.

Así como resulta primordial conocer qué peso tiene todo lo que se dijo en el discurso, y la manera en la que se dijo, detrás de todo lo pronunciado existen cosas que jamás se hablarán en público, pero que también tienen un peso discursivo relevante. El hecho de omitir

información, desviar las culpas hacia terceros o evitar hablar de temas específicos también es parte del análisis del discurso de un actor político.

Para indagar sobre lo no dicho en el discurso, es indispensable conocer todo el contexto existente alrededor de los actores políticos: sus antecedentes, el partido político en el que militan, la relación con la familia, con otros actores políticos, la trayectoria como funcionario público, trayectoria académica, situaciones extrasituacionales como movimientos sociales vigentes, reformas actuales, etcétera; con ello se determina aquellos puntos débiles que el actor omite, desvía o hace recaer culpas a otros.

5.4.2 Análisis visual

De acuerdo a Barthes (1986), que estudió las funciones de la publicidad en la imagen, se toman algunos elementos que cuadran con el objetivo que busca la construcción de la imagen política con el fin de convencer a los receptores y lograr con ello el triunfo de un candidato, así mismo, en el modelo de análisis de la imagen se retoman los conceptos de sujetos y escenarios representados en el discurso multimodal, dados por Kress y Van Leeuwen (2001).

5.4.2.1 Escenarios representados

En la imagen, existen distintos escenarios creados para situaciones específicas en las que se representarán los actores políticos. Las imágenes de campaña están tomadas con finalidades de ofrecer también un discurso, pero en el plano visual. Es importante saber que las imágenes, al igual que el discurso, tienen una intencionalidad detrás de algo que pudiese parecer tan simple como tomar una fotografía, pero el cómo está situado el actor, las personas a su alrededor, los objetos y la posición en la que se encuentran hablan manifestando intenciones u objetivos.

Así mismo, son puntos clave los colores, los ademanes o señas hechos por el actor, la cantidad de gente aparecida en la imagen, el mismo sitio en el cual fue desarrollado el

evento, la vestimenta del actor, los letreros o pancartas que portan los receptores del discurso, y cualquier elemento adicional aparecido en la imagen.

Complementando el escenario representado, se encuentra el escenario virtual de la imagen, el portal o red virtual en la que fue posteada a la imagen, la cantidad de comentarios o vistas a la imagen, el número de personas a quienes le gustó la fotografía o el número de gente que la compartió, la fecha en la que la imagen fue colgada en la red y al lado de cuántas otras imágenes se encuentra, el contexto o evento al que representa, entre otros elementos que se consideren relevantes en Internet en relación con la fotografía.

5.4.2.2 Denotación y connotación

La imagen política, al igual que la imagen publicitaria es enfática y está creada con un sentido específico, dirigido a determinado público que recibirá un mensaje y lo codificará de acuerdo a lo que conoce y comprende. En una imagen de estos tipos existen dos sentidos que se transmiten de forma simultánea al público que las observa, mismos que se refieren a la *denotación* y a la *connotación*. La primera hace alusión al sentido literal, aquello que se observa a simple vista, mientras que la segunda sugiere una implicación detrás de lo que se observa y que es entendida en distintas magnitudes por los receptores de acuerdo a su contexto. Según Barthes (Op.cit.), la imagen presenta tres mensajes, que se mencionarán a continuación:

- Primer mensaje: “la imagen entrega de inmediato un primer mensaje cuya sustancia es lingüística; sus soportes son la leyenda marginal [o leyendas marginales] y las etiquetas [o letreros] insertadas en la naturalidad de la escena [...] para ser descifrado no exige más conocimientos que el de la escritura y del [idioma].”
- Segundo mensaje: “es de naturaleza icónica codificada”, en donde los elementos aparecidos en la imagen tienen significado y significante, ambos refieren a los elementos que de forma individual representan algo en la imagen, los que están al centro y los que complementan el sentido.

- Tercer mensaje: “mensaje icónico no codificado, más de sentido literal, los objetos fotografiados y la simple relación existente entre ellos”, este mensaje observa la forma en que todos los elementos en conjunto representan ideas o situaciones específicas para el espectador.

5.4.2.3 Anclaje y relevo

Así mismo, la imagen cuenta con elementos como son el *anclaje* y el *relevo* (Ibídem). El primero aparece en las imágenes como el elemento primordial resaltado ante los demás que llama la atención en primera instancia del receptor, el anclaje “representa el elemento que fija una idea en quien lo mira [...] todo lo que el espectador observe y sea representativo para él”.

Por otra parte, el relevo “es menos frecuente que el anclaje, por lo regular se encuentra en tiras cómicas, [en éste] la imagen tiene una relación complementaria con la palabra”, se emplea cuando es necesario añadir a la imagen elementos exclusivamente lingüísticos que cumplen con la función de explicar lo que no se comprende con la simplicidad de observar la imagen.

Para Barthes (Op.cit.), el número de lecturas que requiere la imagen para que el receptor la comprenda en su totalidad, depende de factores tales como el personal o el contextual, por tanto, Barthes (Loc.cit.) asegura que la retórica no es sólo referente a las palabras, sino también a las imágenes, muchas hechas de forma intencional de tal manera que reflejen mensajes específicos en el receptor.

La imagen está “compuesta por un sistema-norma, cuyos signos provienen de un código cultural” y “la variación de las lecturas no es anárquica, depende de los diferentes saberes contenidos en la imagen”, misma que refleja una forma de plasmar de manera visual las ideologías generales de un conjunto de individuos.

5.4.2.4 Sujetos participantes

Son relevantes todas las personas involucradas en la imagen o fotografía. Desde el mismo actor político o candidato hasta el fotógrafo que captó la imagen que tiene intencionalidad específica. También son sujetos participantes todos los agentes que acompañan al candidato en la fotografía y, por supuesto, los cibernautas que observaron, compartieron y le otorgaron importancia a las imágenes de los políticos.

5.5 Conceptos clave para el análisis del discurso escrito y visual

5.5.1 Ideología

Para dejar en claro el concepto de ideología, Thompson (2002) da un paseo por la historia del concepto; hace mención del autor pionero en el tema de la ideología, a las diferentes posturas críticas o neutrales que han surgido del concepto, a su extensión que abarca distintos campos en los que se presenta y transmite la ideología y, al finalizar, da un enfoque general del concepto y cómo puede éste utilizarse en la actualidad.

Para ello, conviene señalar de forma breve puntos importantes de acuerdo a las concepciones de ideología y lo que a éstas rodea, únicamente a manera de recapitular el repaso del concepto que habría hecho con anterioridad Giménez. Thompson inicia por mencionar a Destutt de Tracy, quien es pionero en el concepto de ideología, mismo que utilizó por vez primera en 1796, tratando de englobar en el término una ciencia de las ideas, “una ciencia que se relacionaría con el análisis sistemático de las ideas y las sensaciones, con su gestación, combinación y consecuencias” (Ibídem).

Lo anterior parece enfocarse en primera instancia a las ideas de carácter intelectual, esto tiene que ver con el contexto bajo el cual De Tracy acuñó el concepto (finales del siglo XVIII o Siglo de las Luces); el concepto de De Tracy no logró abarcar el plano completo de las esferas social y política como era su pretensión, para De Tracy “el análisis de las

facultades humanas es esencial porque <<nuestra comprensión de un animal es incompleta si desconocemos sus facultades intelectuales>>” (Ibídem).

De manera posterior Napoleón aborda el término, no obstante, le da un enfoque negativo, aseverando que la ideología estaba sirviendo para que las personas se unieran a causar revuelo y fueran en contra de lo que se dictase; es conveniente recordar que Napoleón se apegaba a las estrictas normas militares, y a pesar de haber encabezado el golpe de Estado más importante de la historia universal, mantuvo un régimen tajante para la población que logró convertirse nuevamente en un gobierno impositivo.

“Napoleón ridiculizó las pretensiones de la “ideología”: era, en su opinión, una doctrina especulativa abstracta que estaba divorciada de las realidades del poder político” (Ibídem). Conforme se da la decadencia del imperio napoleónico, su concepto tomó una postura aún más radical negativamente hablando. Al finalizar el imperio, tanto su concepción como la de De Tracy quedan hechas a un lado.

Es así que Thompson (Op.cit.) hace mención acerca de que Carlos Marx retoma el concepto, pero visto desde sus trabajos que hacen referencia a la división de clases; Marx resulta darle un enfoque que abre las puertas para que otros autores y críticos retomen el término ideología y empiecen a acoplarlo a diferentes circunstancias sociales.

Marx dio al concepto tres concepciones que se mencionan a continuación:

- Concepción polémica: “en esta descripción, la ideología es una doctrina y actividad teórica que erróneamente considera las ideas como autónomas y eficaces, y que no consigue comprender las condiciones y características reales de la vida sociohistórica”.
- Concepción epifenoménica: “la ideología es un sistema de ideas que expresa los intereses de la clase dominante, pero que representa de manera ilusoria las relaciones de clase. La ideología expresa los intereses de la clase dominante en el sentido de que las ideas que la conforman son ideas que, en cualquier periodo

histórico particular, representan las ambiciones, preocupaciones y deliberaciones anhelantes de los grupos sociales dominantes conforme luchan por asegurar y mantener su posición de dominio”.

- Concepción latente: “la ideología es un sistema de representaciones que sirve para mantener las relaciones existentes de dominación de clase al orientar a los individuos hacia el pasado más que hacia el futuro, o hacia imágenes o ideales que ocultan las relaciones de clase y se apartan de la búsqueda colectiva del cambio social”.

Marx, (citado por Thompson, Op.cit.), enfatiza en las relaciones de clase y otorga a la clase dominante un rol importante en la construcción, difusión y el mantenimiento de la ideología respecto a la clase dominada, es decir, de acuerdo a su concepción, podemos observar —y en México parece notarse incluso actualmente— que los individuos que se encuentran en el poder y a la cabeza en cuanto a economía se encargan de difundir hacia los otros un modo ideal de vida basado en la adquisición de bienes materiales que satisfacen necesidades creadas.

Thompson (Loc.cit.) recapitula y finaliza hablando de las concepciones críticas y neutrales de la ideología, desde las cuales retoma tanto los puntos de vista imparciales, como los negativos así como la idea de Marx de plasmar la ideología en las clases sociales y a partir de ese estudio, lo que otros autores como Manheim retoman.

Thompson (Ibídem) hace énfasis en que “el análisis de la ideología se asocia principalmente con las maneras en que las formas simbólicas se intersectan con las relaciones de poder”, esto significa que “estudiar la ideología es estudiar las maneras en las que el significado sirve para establecer y sostener las relaciones de dominación”, y menciona que la ideología opera a través de la legitimación, la simulación, la unificación, la fragmentación y la cosificación. El mismo Thompson (Ibídem) explica que puede parecer que hay lagunas en su concepto, mismas que él trata de soslayar dando explicaciones para difuminar los posibles errores.

5.5.2 Poder

Hablar de poder significa comprender que una acción puede ser llevada a cabo por parte de una persona o un grupo de personas sobre uno o más individuos, existiendo de por medio otras tantas personas que se someten al esquema del logro de fines ya sea por dominación, autoridad o dirección. “Cuando hablamos de poder nos referimos por lo general a cierta capacidad (física y no jurídica) de acción, es decir, a una modalidad del hacer. Pero «poder» no es solamente la capacidad de hacer algo por sí mismo. Es también la capacidad de hacerlo por medio de otros, la posibilidad de disponer de la capacidad de acción de otros para lograr determinados fines” (Giménez, 1983).

En el poder existe una correlación de fuerzas, ésta representa un equilibrio que se logra como resultado de la desigualdad de situación y potencial entre dos o más individuos, grupos o naciones que se confrontan en algún instante. “Toda correlación de fuerzas es a la vez resultado de luchas anteriores y condición de surgimiento de nuevas luchas” (Ibídem), por lo que el poder político crea o transforma los espacios sociales: regionales, nacionales, internacionales, con el fin de posicionar a uno o a unos cuantos en un rol bajo el cual serán reconocidos y aceptados, adquiriendo la capacidad de poder someter a otros, directa o indirectamente.

El poder político no es una pura resultante de los micro-procesos del poder, como parece sugerir Foucault, sino también un mecanismo globalizador relativamente autónomo, capaz de incidir desde arriba sobre dichos micro-procesos, para imprimirles cierta orientación global favorable a determinados intereses. La diferencia de escalas que distingue el espacio propio del poder político de todos los demás espacios, da por resultado la distinción entre espacios públicos y espacios privados (Ibídem).

En ocasiones, pareciera que el poder se entiende sólo como la relación de dominación existente en una dualidad (es decir, uno sobre otro como si se tratara de “parejas”), el poder es un modo de acción que está conformado por distintos actores sociales, en los que un grupo *manda* y el otro sencillamente se adapta a los mandatos, entrando en el esquema jerarquizado de la obediencia. “El poder sólo existe en acto aunque, desde luego, se

inscribe en un campo de posibilidades dispersas, apoyándose sobre estructuras permanentes” (Ibídem).

Cuando una sociedad aprende las reglas que debe seguir y se somete a éstas, existe una relación de poder dada como efecto del consentimiento de ambas partes, no obstante, para lograr ejercer el poder unos sobre otros, se requieren vías indirectas de manejo del poder (para ello tienen un papel preponderante los medios de comunicación), así como el compromiso de otorgar beneficios que mantengan el sometimiento mencionado. “Lo que define una relación de poder es que es un modo de acción que no actúa de manera directa e inmediata sobre los otros, sino que actúa sobre sus acciones: una acción sobre la acción, sobre acciones eventuales o actuales, presentes o futuras” (Ibídem).

Una relación de poder se articula sobre dos elementos, ambos indispensables para ser justamente una relación de poder: que «el otro» (aquel sobre el cual ésta se ejerce) sea totalmente reconocido y que se le mantenga hasta el final como un sujeto de acción y que se abra, frente a la relación de poder, todo un campo de respuestas, reacciones, efectos y posibles invenciones (Ibídem).

El poder debería conseguirse siempre tras el buen actuar que se podría manifestar de un grupo sobre otros, sin embargo, el mismo discurso y la acción de la política, hace que el poder se manifieste de formas divergentes: puede incitar, inducir, seducir, facilitar o dificultar, ampliar o limitar, volver más o menos probable, sin embargo, “de manera extrema, constriñe o prohíbe de modo absoluto; con todo, siempre es una manera de actuar sobre un sujeto actuante o sobre sujetos actuantes, en tanto que actúan o son susceptibles de actuar. Un conjunto de acciones sobre otras acciones” (Ibídem).

Además, el ejercicio del poder conduce conductas, algo evidente cuando se trata de procesos electorales, en donde las posibilidades de triunfo se arreglan a través de solventar las necesidades que un pueblo tiene en ese momento, y que le son resueltas a través de promesas. El poder se da sobre sujetos que se consideran “libres” pero que deben someterse a un autorreconocimiento ciudadano, sabiendo que de no acatar las reglas, de todas maneras se tendrá imposición.

5.6 Discurso de cierre de campaña

Tanto el análisis escrito como el análisis visual se enfocaron en el discurso de cierre de campaña de los candidatos punteros. El discurso de cierre de campaña sintetiza el total de todas las propuestas dadas a lo largo de cada momento o evento fundamental de la mencionada campaña. Así mismo, la imagen visual fue trabajada específicamente en el cierre para lograr el objetivo final del voto, reforzar la imagen que se manejó de los candidatos durante el desarrollo de todo el evento y refrendar a la figura política como la mejor opción ante el público receptor.

El emplear sólo el discurso de los candidatos punteros da cuenta de por qué ellos son quienes se mantuvieron arriba en las cifras. Son quienes lograron convencimiento y una continuidad en cuanto a propuestas y uso de la imagen, por lo que el público receptor optaría por sólo una decisión de las cuatro que se presentaron, entre esas cuatro opciones estaban sólo dos candidatos entre los posibles triunfadores. Es en ellos en quien se centra el análisis.

Sobre la utilización de las categorías para el análisis, se mencionará a continuación la frecuencia con la cual los candidatos punteros hicieron uso de los distintos elementos discursivos con las finalidades específicas que se mencionaron, así mismo, se determinará de acuerdo al modelo de análisis de la imagen, aquellos elementos que aparecen también de manera repetida en las fotografías.

5.6.1 Discurso escrito pronunciado de forma oral

Tabla 5 – Análisis del discurso escrito pronunciado de forma oral por los candidatos punteros de las Elecciones Federales 2012, a través de las categorías correspondientes al modelo de análisis. Realización propia. Fuentes: Versión estenográfica de los discursos de cierre de campaña, aparecida en los portales oficiales de los candidatos punteros.

Categoría	Enrique Peña Nieto	Andrés Manuel López Obrador
Inclusión del hablante	El 85% del discurso de cierre	Este candidato empleó la

	<p>de campaña emplea la <i>Inclusión del Hablante</i>, con lo que se puede observar cómo EPN habla en primera persona para prometer desde el “yo” o el “nosotros” todo aquello que habría de llevarlo a ganar las elecciones, en ocasiones refleja la inclusión del hablante dirigiéndose tanto a su equipo de campaña como a los receptores del discurso como si fuesen un grupo de personas que juntas lograrán las metas que se requieren, no obstante, en materia de pobreza o de servicios básicos, el hablante jamás se incluye, con lo que se puede leer entre líneas una despreocupación por la situación del grueso de los mexicanos, en el que la élite política no se encuentra considerada.</p> <p>“Saludo a quienes han sido, sin duda, a lo largo de esta campaña motor, estímulo y aliento, quienes han nutrido con sus preocupaciones, con sus peticiones la propuesta de cambio que he presentado a todos los mexicanos” (Párrafo 2, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“He tenido la gran oportunidad de encontrarme con millones de mexicanos, de escuchar miles de voces de todas las regiones y grupos sociales, he estado en las 32 entidades del país, de las principales ciudades, de los puertos y zonas industriales, en las regiones agrícolas y ganaderas, en las fronteras norte y sur de nuestro país, en las</p>	<p><i>Inclusión del Hablante</i> durante el 91% de su discurso, sobre todo para referirse a sí mismo y a su equipo de campaña, promete en función de un número de personas que pertenecen al círculo del PRD, el PT y Convergencia, y promete que al lado de ellos y de otras personas a quienes propuso dentro de la planilla, logrará <i>sacar del atraso al país</i>; AMLO no realiza promesas demasiado comprometedoras él solo, sino que siempre habla por todas las personas que lo acompañan en su campaña.</p> <p>“Por fortuna y con el apoyo de los ciudadanos, de gente, como ustedes, terminamos bien esta etapa de lucha por la transformación de México. Propios y extraños han reconocido que la nuestra, fue la mejor campaña. Visitamos de nuevo todas las regiones del país. Celebramos 136 reuniones con integrantes de sectores productivos y sociales para dar a conocer el Proyecto Alternativo de Nación”. (Párrafo 1, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“Pudimos dejar de manifiesto que el cambio verdadero es combatir la corrupción y poner por delante la honestidad para convertirla en estilo de vida y en forma de gobierno”. (Párrafo 6, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“...doy a conocer que vamos a iniciar la transición energética para conservar los recursos no renovables...”. (Párrafo 12, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“Aplicaremos otra estrategia en el</p>
--	--	--

	<p>costas del Golfo de México, del Pacífico y del Caribe, ahí en todo nuestro territorio pude sentir la grandeza de México, pude confirmar el enorme potencial que hay en todos los mexicanos”. (Párrafo 12, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“...el nuestro es un cambio seguro con estabilidad para ustedes y sus familias, para que sus familias ganen más, un cambio para que se valore más su trabajo, para que reciban mejores ingresos en su empleo o en su negocio...” (Párrafo 21, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p>	<p>combate a la delincuencia organizada, no enfrentaremos la violencia con la violencia, el mal con el mal”. (Párrafo 19, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“Vamos a atender, por humanismo, antes que a nadie, a la gente humilde, a los que más lo necesitan. Vamos a sacar de la pobreza extrema a 15 millones de mexicanos”. (Párrafo 21, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“Vamos a realizar un millón de acciones de mejoramiento, ampliación y construcción de vivienda por año”. (Párrafo 22, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p>
<p>Universalización</p>	<p>La <i>Universalización</i>, aparecida en el 56% del discurso, Enrique Peña Nieto la emplea para poder inmiscuir en su campaña y propuesta tanto a los presentes en el evento como a los que simpatizan con él pero no se encuentran en el lugar del cierre de campaña. Al iniciar el discurso, se puede encontrar una serie de párrafos que contienen la universalización, con lo que busca que sus simpatizantes sientan que las promesas de campaña los engloban, y que están pensadas con un fin colectivo. Además, al hablar de lo que ha hecho durante toda su campaña, también habla de <i>todas</i> y <i>todos</i> a quienes escuchó y por quienes, asegura, cumplirá lo prometido.</p> <p>“Me motiva, me estimula la</p>	<p>La <i>Universalización</i> es la categoría que menos aparece en el discurso de AMLO, sólo el 39% de su discurso la incluye; se limita a proponer elementos a grupos específicos y a incluir a su equipo de campaña en las mismas, pero en pocas ocasiones incluye a los presentes y a sus seguidores en el discurso; universaliza sobre todo al referirse a los mencionados grupos específicos, por ejemplo, al prometer (además magnificado), un cien por ciento de ingreso a la universidad de todos los jóvenes que aspiran a la misma, nuevamente sin tomar en cuenta la cantidad de población joven en edad de estudiar una licenciatura. En los escasos párrafos en los que se observa la universalización, se nota una marcada reiteración del apoyo que se le dio a AMLO durante la campaña, pues se empeña en repetir que visitó todos los</p>

	<p>presencia de todas y todos ustedes...” (Párrafo 1, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“Quiero saludar de manera especial y agradecer su presencia a las mujeres de todo el país.” (Párrafo 4, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“Saludo con respeto a los jóvenes de todo nuestro país.” (Párrafo 5, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“...saludo a los hombres trabajadores y comprometidos con sus familias y con todo México”. (Párrafo 6, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“Son todas y todos ustedes, quienes han hecho posible esta campaña [...] Por ello a todas y a todos ustedes mi mayor reconocimiento...” (Párrafo 7, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“Somos todas y todos la opción que asume compromisos y ve hacia adelante. A todos ustedes, a todos los que nos escuchan, a todos los mexicanos que comparten nuestra causa, les digo una cosa: siéntanse orgullosos, siéntanse orgullosos porque su voto va a cambiar a México.” (Párrafo 35, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p>	<p>rincones del país y además, que escuchó a todas las personas y sus propuestas.</p> <p>“Habrá un amplio programa de desarrollo social. Vamos a atender, por humanismo, antes que a nadie, a la gente humilde, a los que más lo necesitan. Vamos a sacar de la pobreza extrema a 15 millones de mexicanos. Nadie padecerá de hambre. Se garantizará el derecho a la alimentación. Habrá pensión universal para todos los adultos mayores de 68 años y para los discapacitados del país; así mismo se atenderá a las madres solteras. Crearemos muchas estancias infantiles para que las madres que trabajan tengan donde dejar a sus hijos. Vamos a garantizar el derecho a la salud, habrá atención médica, medicamentos gratuitos, se mejorará el servicio en el ISSSTE y en el Seguro Social.” (Párrafo 22, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“Se entregarán becas para todos los estudiantes de preparatoria, como en el Distrito Federal. Y ningún joven que quiera ingresar a la universidad va a ser rechazado. Cien por ciento de inscripción a todos los que quieran estudiar en el nivel universitario. Actualmente, de cada 10 jóvenes solo 3 están estudiando en la universidad. El propósito es que al término del sexenio de cada 10, por lo menos 6, estén inscritos en el nivel superior”. (Párrafo 24, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p>
Magnificación	La <i>Magnificación</i> aparecida en 34 de 50 párrafos muestra cómo EPN emplea adjetivos y adverbios que resaltan las propuestas de su campaña, hace notar que sus eventos	En la <i>Magnificación</i> (categoría más empleada por el candidato en 35 de los 36 párrafos de su discurso), AMLO hace un abuso exagerado de adjetivos y adverbios que a lo largo de todo

	<p>tienen la relevancia que los eventos de otros candidatos no tienen, da por hecho, empleando la magnificación, que él es quien tiene el compromiso y la sensibilidad suficiente para poder gobernar al país; de forma constante, habla de realizar un cambio, un nuevo cambio, el cual no queda aclarado, no se menciona qué tipo de diferencias habría entre la situación actual y aquella que el candidato plantea, la mayoría de sus propuestas incluyen un adjetivo que las magnifica para generar impacto en quienes escuchan las palabras de Enrique Peña Nieto.</p> <p>“Me motiva, me estimula la presencia de todas y todos ustedes, quienes de distintos lugares, de distintos municipios y entidades del país se han dado cita en este importante y trascendental evento.” (Párrafo 1, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“Un evento que quiere marcar el reflejo de todo el país, de la gran mayoría de los mexicanos que queremos un cambio y emprender un nuevo rumbo en beneficio de todos los mexicanos.” (Párrafo 2, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>Reconocer a quienes se han venido sumando cada día más a este proyecto; quienes ven en este proyecto que encabezo realmente la oportunidad de tener un mejor país, un México de oportunidades, de estudio, de</p>	<p>el discurso, adornan sus propuestas, López Obrador, a través de la magnificación, no sólo promete empleos, sino <i>muchos empleos</i>, no sólo promete llevar servicios a comunidades rurales sino al <i>más apartado rincón del país</i>, no sólo acabará con la pobreza extrema sino que sacará <i>de la pobreza extrema a 15 millones de mexicanos</i>, y así enlista con magnificación todo lo que repitió también a lo largo de toda la campaña y en todos los debates en los que se presentó, en donde él aseguraba, podía decir en escasos minutos todo lo que los medios de comunicación abiertos censuraron, no obstante, AMLO olvidaba emplear todos sus minutos para detallar sus propuestas, sólo atacaba.</p> <p>“Se apoyará decididamente a la actividad turística porque tenemos historia, cultura y muchas bellezas naturales. Además, este sector no solo genera riqueza, sino también produce muchos empleos.” (Párrafo 14, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“...vamos a comunicar al país con internet de banda ancha. Con este propósito utilizaremos la infraestructura de la Comisión Federal de Electricidad. Las redes eléctricas servirán para llevar la fibra óptica hasta el más apartado rincón del país. Este servicio permitirá garantizar plenamente el derecho de los mexicanos a estar informados y se terminará con la manipulación que llevan a cabo los que actualmente controlan casi la totalidad de los medios de comunicación.” (Párrafo 16, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p>
--	---	---

	<p>empleo, de empleo digno y bien remunerado. (Párrafo 5, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“...todos quienes han venido participando en esta campaña y que están decididos a ganar la elección del 1° de julio para emprender la nueva ruta en el camino que México queremos que tenga.” (Párrafo 9, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>He tenido la gran oportunidad de encontrarme con millones de mexicanos, de escuchar miles de voces de todas las regiones y grupos sociales, he estado en las 32 entidades del país, de las principales ciudades, de los puertos y zonas industriales, en las regiones agrícolas y ganaderas, en las fronteras norte y sur de nuestro país, en las costas del Golfo de México, del Pacífico y del Caribe, ahí en todo nuestro territorio pude sentir la grandeza de México, pude confirmar el enorme potencial que hay en todos los mexicanos. (Párrafo 12, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>Pude apreciar el brillo en la mirada de los niños indígenas quienes se alegran con las cosas sencillas de la vida. Pude sentir la fortaleza de espíritu de las personas con discapacidad y valorar la sabiduría de nuestros adultos mayores; compartí, como ahora lo hago, con miles de jóvenes su entusiasmo y optimismo de que viene un mejor futuro para México; pero en este trayecto pude ver también los rostros de dolor de las víctimas de la violencia y la impunidad. (Párrafo 13,</p>	<p>“Lo he dicho en otras ocasiones, lo repito ahora, vamos a ir casa por casa, inscribiendo, apuntando a los jóvenes, incorporándolos al trabajo y al estudio. Vamos a atender el problema de la falta de empleo porque esto es lo que ha provocado, en buena medida, el problema de la inseguridad y de la violencia. Estoy convencido que combatiendo la corrupción, con empleo, bienestar y atendiendo a los jóvenes, vamos a serenar al país.” (Párrafo 18, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“Habrá un amplio programa de desarrollo social. Vamos a atender, por humanismo, antes que a nadie, a la gente humilde, a los que más lo necesitan. Vamos a sacar de la pobreza extrema a 15 millones de mexicanos. Nadie padecerá de hambre. Se garantizará el derecho a la alimentación. Habrá pensión universal para todos los adultos mayores de 68 años y para los discapacitados del país; así mismo se atenderá a las madres solteras.” (Párrafo 21, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“Vamos a realizar un millón de acciones de mejoramiento, ampliación y construcción de vivienda por año. Y también habrá facilidades para que integrantes de clases medias puedan obtener créditos baratos y adquirir viviendas dignas y decorosas.” (Párrafo 22, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“Vamos a ampliar las becas para estudiantes de maestría y doctorado y crecerá el número de investigadores y científicos. Le</p>
--	---	--

	<p>Discurso de cierre de campaña, EPN).</p>	<p>daremos toda la importancia a tres disciplinas o asuntos que siempre han quedado relegadas o se les considera como añadidos en todos los planes gubernamentales, me refiero a la ciencia, la cultura y al deporte. Con este fin se crearán tres nuevas secretarías: la de Ciencia, Tecnología e Innovación, la de Cultura y la del Deporte.” (Párrafo 25, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p>
<p>Tiempos verbales</p>	<p>De acuerdo al uso de los tiempos verbales, Enrique Peña Nieto tiene un uso resaltado del tiempo presente en modo indicativo, lo emplea en prácticamente todo su discurso, el 90% de los párrafos incluye el tiempo presente del modo indicativo, EPN lo emplea como un presente habitual para referir acciones que tienen lugar en ese lapso justo de su campaña, en algunos otros párrafos usa un presente por futuro de manera que promete en función de obtener un voto, cuidándose de no usar el tiempo futuro más que como sustantivo o en dos ocasiones, para mencionar el momento de las elecciones.</p> <p>“Llegamos fuertes y unidos, llegamos con la seguridad de que vamos a triunfar el 1° de julio y estamos a tan sólo una semana de ganar la Presidencia de la República.” (Párrafo 10, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“Los mexicanos ya no quieren más de lo mismo y menos dar un salto al vacío; la gran mayoría de los mexicanos apoyan nuestro proyecto, un proyecto</p>	<p>En cuanto a los tiempos verbales, resulta interesante contemplar que AMLO emplea repetidas veces el presente del modo subjuntivo, en 7 párrafos; aunque el del modo indicativo es el que predomina, apareciendo en 29 párrafos, en el discurso de cierre de campaña, no obstante, el usar el modo subjuntivo, como bien se dijo anteriormente, puede ser una causa de mantener el discurso bajo deseos o aspiraciones sin dar a conocer la base o el sustento sólido de las propuestas que se emiten.</p> <p>“Se terminarán las prácticas monopólicas en todas las ramas económicas, comerciales y financieras. No habrá monopolios en el cemento, en la telefonía, en los alimentos, en los bancos, en los medios de comunicación. Habrá plena competencia. Esto evitará que haya precios exagerados en bienes y servicios, y se logrará que los consumidores ahorren hasta el 10 por ciento de sus ingresos.” (Párrafo 14, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“Mi compromiso es que ya no haya guerra, que no siga habiendo más muertes, que se respeten los derechos humanos y que se atiendan a deudos y a familiares de víctimas.</p>

	<p>incluyente, comprometido y democrático, un proyecto responsable, con rumbo y liderazgo.” (Párrafo 20, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“Voy a gobernar con unidad democrática, para construir los acuerdos y las reformas que necesita el país, voy a gobernar con unidad democrática para darle resultados a la gente.” (Párrafo 27, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“Sabemos competir, ganar y también sabemos gobernar en democracia.” (Párrafo 34, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“Estamos a siete días de ganar la Presidencia de la República.” (Párrafo 46, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>El pasado sólo está en 7 párrafos, y en esos lo único que señala es un pasado inmediato que lo muestra sólo como a un candidato que se ha encontrado haciendo promesas, omitiendo un pasado más lejano como es el de la gubernatura del estado de México o todo aquello que se especuló sobre él y sus relaciones sociales durante toda la promoción.</p> <p>“Desde los primeros minutos del 30 de marzo, allá en Guadalajara inicié un recorrido por todo el país...” (Párrafo 11, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“...pude ver también los rostros de dolor de las víctimas de la</p>	<p>Que podamos dejar atrás la tragedia y el dolor que produce el flagelo de la violencia.” (Párrafo 19, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“Vamos a realizar un millón de acciones de mejoramiento, ampliación y construcción de vivienda por año. Y también habrá facilidades para que integrantes de clases medias puedan obtener créditos baratos y adquirir viviendas dignas y decorosas.” (Párrafo 22, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“No dejemos de orientar y convencer, no dejemos de actuar como protagonistas del cambio verdadero, que cada hombre, que cada mujer consciente se haga cargo de invitar a votar, cuando menos, a 5 ciudadanos más y que logremos una amplia participación electoral.” (Párrafo 31, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“Voy a gobernar para todos. El cambio consiste precisamente en eso, en que ya no haya un gobierno sectario, para un pequeño grupo, que solo proteja al uno por ciento de la población.” (Párrafo 33, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>PRESENTE INDICATIVO:</p> <p>“Administrando con honradez el presupuesto público, que es dinero de todos, vamos a contar con recursos para rescatar al campo del abandono en que se encuentra y lograr la soberanía alimentaria. Se va a apoyar como nunca a los productores, sean comuneros, ejidatarios o pequeños propietarios. Vamos también a apoyar a pequeños y medios empresarios, a pequeños y medianos comerciantes.” (Párrafo 10, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p>
--	---	--

	<p>violencia y la impunidad”. (Párrafo 13, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>Cumplí mi palabra y la cumplimos todos quienes hacemos este proyecto; ofrecimos una campaña de ideas, propuestas y lo más importante de compromisos...” (Párrafo 31, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“En todo momento hicimos una campaña propositiva...” (Párrafo 32, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>El modo indicativo es el que impera en la mayor parte del texto, EPN se avoca a promesas reales y actividades ocurridas en un instante específico; no obstante, el modo subjuntivo gramaticalmente conjuga promesas y aspiraciones, usar este modo implica otorgarle al emisor un rol de soñador, que bien cuida EPN de no emplear más que en 13 párrafos, y la mayoría de ellos son usados para referir al instante en que se supone ha de ganar las elecciones y ha de cumplir con los primeros estatutos.</p> <p>“...un cambio para que el precio de los alimentos deje de subir, un cambio para que paguen menos por la luz eléctrica, para que tengan vales de medicina y las madres trabajadoras cuenten con un seguro de vida que garantice y dé seguridad a sus hijos en caso de faltar.” (Párrafo 21, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p>	<p>“En estos días debemos aplicarnos a fondo. No se puede hacer campaña pero, como es obvio, vamos a seguir relacionándonos con familiares, amigos, vecinos y compañeras y compañeros de trabajo. No dejemos de orientar y convencer...” (Párrafo 31, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>AMLO emplea también el tiempo futuro en el 47% de su discurso siempre que lo emplea es porque enlista una serie de promesas que no parece se puedan cumplir a corto plazo, por lo cual nunca van acompañadas de un plan temporal o una fecha específica para tal realización, sólo las promete.</p> <p>“Nosotros pensamos que con los ingresos y ahorros que se obtendrán por el combate a la corrupción, por la austeridad y por abolir los privilegios fiscales, podremos levantar a México con producción, trabajo y bienestar.” (Párrafo 9, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“...expreso que cumpliré el compromiso de quitar el IETU”. (Párrafo 11, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“...todo esto se va a lograr, básicamente, limpiando a Pemex de corrupción, en especial, evitando la entrega de contratos por influentismo y el jugoso negocio que tienen algunos por la compra de las gasolinas en el extranjero. Lo mismo sucederá con la industria eléctrica.” (Párrafo 12, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“Se apoyará decididamente a la actividad turística...” (Párrafo 13, Discurso de cierre de campaña,</p>
--	---	---

	<p>“Un cambio para que sus hijos reciban útiles escolares, y los jóvenes, quienes animan y dan vigor a este proyecto, cuenten con más becas escolares y de transporte para continuar sus estudios.” (Párrafo 22, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“Un cambio para establecer un Sistema de Seguridad Social Universal en el que todos tengan acceso real a la salud, haya seguro de desempleo y de invalidez y todos nuestros adultos mayores reciban una pensión para su retiro a partir de los 65 años.” (Párrafo 23, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>En tiempos compuestos, sólo se encuentra el antepresente en 11 párrafos.</p> <p>“Saludo a quienes han sido, sin duda, a lo largo de esta campaña motor, estímulo y aliento, quienes han nutrido con sus preocupaciones, con sus peticiones la propuesta de cambio que he presentado a todos los mexicanos.” (Párrafo 3, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“Soy parte de una generación que ha crecido en la democracia...” (Párrafo 26, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p> <p>“Tenemos confianza en el trabajo que hemos venido realizando...” (Párrafo 43, Discurso de cierre de campaña, EPN).</p>	<p>AMLO).</p> <p>“Se terminarán las prácticas monopólicas en todas las ramas económicas, comerciales y financieras.” (Párrafo 14, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>“...utilizaremos la infraestructura de la Comisión Federal de Electricidad. Las redes eléctricas servirán para llevar la fibra óptica hasta el más apartado rincón del país. Este servicio permitirá garantizar plenamente el derecho de los mexicanos a estar informados y se terminará con la manipulación que llevan a cabo los que actualmente controlan casi la totalidad de los medios de comunicación.” (Párrafo 16, Discurso de cierre de campaña, AMLO).</p> <p>AMLO emplea, en el resto de los tiempos verbales, una vez el copretérito, seis veces el antepresente y una vez el antepresente en modo subjuntivo. Con ello se observa que prioriza el presente, el futuro y con ello, las promesas o aspiraciones durante su campaña. En diversas ocasiones durante el uso de los tiempos menos mencionados, descalifica de forma directa a su oponente puntero.</p> <p>“A nuestros adversarios no les funcionó su estrategia. Fracasó el intento de imponer a Peña Nieto mediante la mercadotecnia y la publicidad. Pensaron los patrocinadores de Peña, que son los más tenaces defensores del actual régimen de corrupción, que iba a ser un día de campo, un mero requisito sentar a Peña en la silla presidencial, pero la realidad es otra. La gente quiere un cambio verdadero y no lo podrán impedir ni la guerra sucia ni</p>
--	---	---

		la compra de lealtades, conciencias y de votos. En nuestra última encuesta, del pasado fin de semana, estamos arriba y cada vez se escucha más el grito de ¡Vamos a ganar!” (Párrafo 30, Discurso de cierre de campaña, AMLO).
--	--	--

5.6.2 Discurso visual

Tabla 6 – Análisis del discurso visual de los candidatos punteros de las Elecciones Federales 2012, a través de las categorías correspondientes al modelo de análisis. Realización propia. Fuentes: Perfiles de Facebook y Portales Oficiales de los candidatos punteros.

Categoría	Enrique Peña Nieto	Andrés Manuel López Obrador
Denotación	<p>Las imágenes elegidas del candidato del PRI, también durante el cierre de campaña manejan la denotación respecto a la apreciación de un acto de cierre de campaña. En el 83% de las imágenes seleccionadas aparece reflejado el acto de cierre de campaña, en el resto sólo se aprecia al candidato con su familia mostrando felicidad y unión.</p> 	<p>El 100% de las imágenes denota un acto de campaña, de una persona que funge como líder representante de un grupo de personas que lo acompañan en todo momento. Sólo en el instante de su discurso, aparece López Obrador sobre un templete, en otras fotografías se puede inferir que, como se dijo en el discurso escrito y pronunciado de forma oral, el candidato pertenece al pueblo.</p> 
Connotación	<p>La totalidad de las imágenes seleccionadas connotan la presencia de una persona con dotes de líder, puesto que en ellas se observa a un individuo que siempre aparece al centro de la imagen, rodeado de</p>	<p>Las imágenes, al igual que el discurso escrito y oral, muestran a un candidato con un temperamento relajado, distinto al temperamento que se observó en él seis años atrás. Se connota que se trata de una persona</p>

	<p>personas que muestran actitudes positivas al encontrarse al lado del candidato (sonrisas, toma de fotografías, expresión de satisfacción por otorgar su voto...). En un tercio de las imágenes, además, se connota un posible camino hacia el triunfo al emplear los brazos arriba del candidato en señal de victoria, que refuerza el discurso escrito al indicar que votar por él significa esperanza y progreso.</p> 	<p>tranquila, segura y que pertenece al pueblo. Viste de manera coloquial, lo que lo hace ver como una figura no autoritaria, que conserva los tintes de ser un ciudadano común. No mira directamente a la cámara y no hace poses extravagantes, se mantiene rodeado de personas en el 100% de las imágenes, en una de ellas aparece deambulando al lado de su esposa. Los hijos del matrimonio no figuran en ninguna fotografía.</p> 
<p>Anclaje</p>	<p>Todas las imágenes seleccionadas tienen como anclaje la figura del mismo Enrique Peña Nieto, incluso una en la que se encuentra saludando a una botarga del grupo <i>Ectivista</i>, misma que lo representa. Sólo en una imagen (en la que se encuentra al lado de su esposa e hijos) mira hacia la cámara, las demás lo captan de cerca pero no mira directo al lente. La imagen del candidato funciona como anclaje pues su mismo atractivo lo ocupan para que se aprecie en él ese detalle.</p> 	<p>En las imágenes elegidas del candidato del PRD, predomina en el 66% de las fotografías el público seguidor de López Obrador como anclaje de la imagen, reforzando la idea de que el candidato no perdió fuerza política en ningún instante, los fotógrafos encargados de capturar las imágenes logran reforzar el discurso oral, en donde se dijo que era un candidato que convivía con el pópulo y que gobernaría para ellos y no para la élite, pues se observa rodeado de personas que incluso, caminan a su lado.</p> 

<p>Relevo</p>	<p>En el 83% de las imágenes, los relevos escritos son las siglas del PRI y el nombre de Enrique Peña Nieto, que al lado de los colores de la bandera, permiten observar que se trata del candidato del Partido Revolucionario Institucional. En la mitad de las imágenes se vislumbran también pancartas con frases de apoyo al candidato del PRI, mismas que, en su mayoría, son portadas por los jóvenes del grupo <i>Ectivismo</i>. La e con forma de @ de ese grupo se alcanza a ver también, aunque sólo en 66% de las mismas.</p> 	<p>Los relevos de las imágenes son, en el 83% las iniciales del nombre del candidato, las siglas de los partidos políticos en coalición, y juega un papel importante de relevo las banderas con los colores de los partidos, así como las siglas del movimiento supuesto apartidista que encabezó el mismo candidato Andrés Manuel López Obrador. Mientras da su discurso, la parte trasera del templete no presenta símbolos patrios sino sólo una lona grande con el nombre del candidato y su lema de campaña.</p> 
<p>Escenarios representados</p>	<p>Las fotografías están tomadas de tal manera que aparenten un sitio repleto de personas que apoyan al candidato, aunque éstas se encuentran en un plano inferior. El candidato está representado como líder al encontrarse en un plano superior, distante y separado de su público seguidor. Además, EPN es mostrado como el candidato del país, pues además de que se aprovechan los colores del PRI que son los mismos que los de la bandera de México, aparece durante su discurso con la bandera nacional tras él. Tan sólo en la mitad de las imágenes seleccionadas aparece EPN con la bandera de México como su respaldo.</p>	<p>Se puede observar, en la tercera parte de las imágenes seleccionadas, al candidato AMLO sobre un templete con el escenario al fondo del Zócalo de la ciudad de México, lo cual es representativo, primero porque López Obrador fue jefe de gobierno del Distrito Federal, y con ello fue identificado y reconocido. Después, porque después del incidente de las elecciones de 2006, en donde Andrés Manuel López Obrador no resultó ser el vencedor, realizó varias reuniones para mantenerse en campaña permanente, empleando para ello la plancha del zócalo. En ese mismo sitio, en 2006, se autonombró como el presidente legítimo. El Distrito Federal es gobernado por el PRD,</p>

	<p>En la totalidad de las imágenes predominan los colores del lábaro patrio, el partido que pareciera ser entonces, el de representación nacional.</p> 	<p>en donde ha continuado obteniendo votos significativos para el partido, lo cual daría la garantía de la asistencia de una gran cantidad de personas al cierre de campaña de AMLO.</p> 
<p>Sujetos participantes</p>	<p>En todas las imágenes, el principal actor es Enrique Peña Nieto, fungiendo como el centro de la fotografía. Los fotógrafos como otros sujetos participantes, fueron los que se encargaron de tomar las imágenes en poses específicas que revelasen la capacidad de liderazgo y convencimiento de Enrique Peña Nieto. Entre otros sujetos participantes se encuentran sus seguidores, en donde predominan las mujeres y los jóvenes que pertenecen al grupo <i>Ectivista</i>, así mismo, la familia del candidato funge como sujeto participante que fue en sí misma, otra estrategia de campaña.</p> 	<p>Los sujetos participantes de las imágenes son Andrés Manuel López Obrador, el equipo de campaña a quien menciona y hace referencia en todo momento, los fotógrafos que además de retratarlo a él, buscaron que aparecieran las turbamultas de seguidores de AMLO, quienes también representan una parte importante de los sujetos participantes. Así mismo, fungen como sujetos participantes las personas que observaron las fotografías a través del portal oficial, y los políticos a quienes hizo mención durante su discurso y que formaban parte de la planilla tentativa de Andrés Manuel López Obrador.</p> 

5.6.3 Lo no dicho

5.6.3.1 Enrique Peña Nieto

El discurso de Enrique Peña Nieto, construido de forma cuidadosa por sus asesores de campaña y pronunciado de manera meticulosa por el mismo EPN, refuerza el sentido de la utilización de una argumentación encaminada a convencer a los receptores, con el fin último de la obtención del triunfo. El camino que siguió Enrique Peña Nieto para sustentar su argumentación, está construido sobre una serie de promesas que hace a las personas con el fin de afirmar que mantendrá al país seguro y cubrirá todas las deficiencias “ocasionadas” por el gobierno de Felipe Calderón.

...en este trayecto pude ver también los rostros de dolor de las víctimas de la violencia y la impunidad. (Párrafo 13, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Pude sentir la angustia de quienes han perdido su empleo, de las amas de casa que batallan porque el dinero no les alcanza; pude palpar la inaceptable pobreza en pleno siglo XXI que padecen aún millones de familias mexicanas.” (Párrafo 14, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Los mexicanos estamos listos para superar esta etapa crítica de estancamiento económico, rezago social y violencia. (Párrafo 16, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Uno [un camino para votar, la candidata del PAN] que representa más de lo mismo, inseguridad y violencia, desempleo y más pobreza para México. (Párrafo 17, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Lo que propongo es un nuevo camino para México, de paz, progreso y crecimiento; y el nuestro es un cambio seguro con estabilidad para ustedes y sus familias. (Párrafo 21, Discurso de cierre de campaña, EPN).

...vamos a ganar para acabar con el miedo y recobrar la esperanza... (Párrafo 28, Discurso de cierre de campaña, EPN).

El voto de ustedes es por la paz y la libertad de todos los mexicanos, el voto por nosotros es un voto por un México incluyente y sin pobreza... (Párrafo 38, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Enrique Peña Nieto tuvo como contrincantes a candidatos, que aunque representaron un obstáculo durante su campaña, finalmente no lograron quitarle el triunfo hacia el cual fue encaminado desde que fue gobernador del estado de México, así, Andrés Manuel López Obrador, Josefina Vázquez Mota y Gabriel Quadri de la Torre fueron los opositores de Enrique Peña Nieto, siendo el primero en mención, quien más batalla dio en el camino al triunfo de EPN, a ellos hizo referencia en secciones de su discurso:

Esta elección es la gran oportunidad de lograrlo, en esta elección los ciudadanos tendrán cuatro proyectos políticos distintos por cuáles elegir:

Uno que representa más de lo mismo, inseguridad y violencia, desempleo y más pobreza para México.

Otro es el del populismo autoritario, que no rinde cuentas, que no respeta las reglas y desprecia las instituciones. (Párrafos 16-18, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Además de lo anterior, Enrique Peña Nieto contó con una imagen política muy bien construida a partir de explotar su condición de guapo occidental, con lo que en alguna propaganda, lejos de parecer un candidato a un puesto público parecía un artista acompañado de fans y anunciando que se presentaría en diferentes ciudades.



(endirecto.mx, 2012)

El discurso escrito dicho de forma oral por Enrique Peña Nieto, fue hablado la mayoría de las ocasiones en la primera persona del singular, quien lanzó todas sus propuestas.

Lo que propongo es un nuevo camino para México, de paz, progreso y crecimiento; y el nuestro es un cambio seguro con estabilidad para ustedes y sus familias. (Párrafo 21, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Mi compromiso es que los mexicanos ganen más... (Párrafo 24, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Propongo a la nación ejercer una Presidencia plenamente democrática. Soy parte de una generación que ha crecido en la democracia y aspiro a ser un presidente que gobierne respetando las libertades, escuchando a todos e incluyendo las voces de todos. (Párrafo 28, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Cuidó el hecho de descalificar a sus oponentes salvo casos muy necesarios, como las defensas pronunciadas por éste durante el desarrollo de los debates, o algunas alusiones indirectas hechas a los oponentes en algún párrafo, sin que ello representara que el candidato se notase sólo a la defensiva y lanzando ideas al aire sin un sustento.

Los mexicanos estamos listos para superar esta etapa crítica de estancamiento económico, rezago social y violencia. Esta elección es la gran oportunidad de lograrlo, en esta elección los ciudadanos tendrán cuatro proyectos políticos distintos por cuáles elegir:

Uno que representa más de lo mismo, inseguridad y violencia, desempleo y más pobreza para México.

Otro es el del populismo autoritario, que no rinde cuentas, que no respeta las reglas y desprecia las instituciones. (Párrafos 16-18, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Los discursos dados a Peña Nieto fueron cuidados, revisados y muy probablemente, ensayados antes de las presentaciones, ello porque de manera improvisada, el candidato EPN tenía constantes traspies en sus ideas, pudiendo causar risa o incluso, ofender.

Luis Prados: ¿Cuál es el precio de la tortilla?

Enrique Peña Nieto: No soy la señora de la casa. Cuesta entre 7 u 8 pesos.

Luis Prados: ¿El precio de la carne de res?

Enrique Peña Nieto: Esa está un poco más cara. No sé dónde lo compres, depende de dónde lo compres y qué tipo de carne sea.

Luis Prados: ¿Y el salario mínimo, más o menos?

Enrique Peña Nieto: Debe estar sobre 900 pesos al mes.

Luis Prados: ¿Cuánto cuesta una coca tamaño normal?

Enrique Peña Nieto: Entre seis pesos.

Luis Prados: ¿Y un café en Starbucks?

Enrique Peña Nieto: No lo sé. (Entrevista a Enrique Peña Nieto, W Radio, 12 de diciembre, 2011).

He leído varios. Desde novelas. En lo particular, difícilmente me acuerdo del título de los libros. La Biblia es uno, en algún momento de mi vida. Algunos pasajes bíblicos. No me leí toda, pero sí algunas partes. Sin duda en una etapa de mi vida fue importante, sobre todo en la adolescencia [...] *La silla del águila*, de Krauze. Luego otro libro de él, que quiero recordar el nombre, sobre caudillos. No recuerdo el título exacto. Estamos hablando de la descripción que hace de México y cómo transitamos del México de los caudillos al institucional. Creo que además, eh, con gran sustento histórico. Fue un libro que me gustó [...] leí incluso el otro, la antítesis de ese libro, las mentiras sobre... era... quisiera recordar el título del libro. Era de Krauze, *La silla del águila*. Aquí hay unos que leen más. Tú debes acordarte más cuál es. Hay uno que después salió, que eran las mentiras sobre el libro de este libro [...] Hay otra novela que me gustó mucho, que tiene que ver con temas del poder. Es una novela sobre la hija pródiga, de Jeffrey Archer. Son tres libros que en aquel entonces... Caín y Abel, *La hija pródiga*. Este... ¿Cómo se llamaba el otro? Era una trilogía. Realmente no podría señalar un libro que haya marcado mi vocación. Sin duda lo que tiene que ver con la novela política, la histórica, es de mi agrado [...] uno que estoy leyendo es una buena novela sobre la inoportuna muerte del presidente, que no he terminado de leer, pero... sí se llama así ¿No? *La inoportuna muerte del presidente* ¿No? Sí, sí, cómo no, ahí lo traigo. Alguien recuérdeme quién es el autor, porque debiera señalarlo ¿Cómo? ¿Tomás? ¿Tomasini? Sí, Tomasini. Este... pues es más o menos. Digo, la verdad es que cuando leo me pasa que luego no registro del todo el título, nada más te metes a la lectura, pero más o

menos da la idea de algunos libros que he leído. (Enrique Peña Nieto, Feria Internacional del Libro, Guadalajara, Jalisco, 3 de diciembre de 2011).

El listado de propuestas de EPN, consistió en aquellas que corrigiesen los considerados errores de los gobiernos panistas, premisas como abrir más empleos, dar salud pública a una mayor cantidad de la población, detener la violencia y otras relacionadas con Calderón, estaban enfocadas más allá que a cumplirse, como diría desde que contendió por las elecciones para gobernador en el estado de México, a otorgarle el voto de confianza al candidato del PRI, cosa que mucha gente no notaba más allá de la guerra sucia, el sólo motivo de pensar en tener un país distinto hizo al público que entregara un voto a favor.

Los mexicanos estamos listos para superar esta etapa crítica de estancamiento económico, rezago social y violencia. (Párrafo 16, Discurso de cierre de campaña, EPN).

El voto de ustedes es por la paz y la libertad de todos los mexicanos, el voto por nosotros es un voto por un México incluyente y sin pobreza, el voto por el cambio con rumbo es por más educación y de calidad para todos. El voto por nuestros candidatos significa crecer, generar mejores empleos y que tu dinero te alcance para más. (Párrafo 38, Discurso de cierre de campaña, EPN).

El voto por nuestro proyecto es para que México recupere su respeto y liderazgo en el mundo. Por ello, desde aquí le pido a todos los mexicanos, a las mujeres, a los jóvenes y a los hombres de nuestro país, su voto de confianza, su voto de confianza que me permita servirle a todo México pero sobre todo, que me permita cumplirle a todos los mexicanos. (Párrafo 39, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Lo que está omitido en el discurso de Peña, es el hecho de no hacer mención hacia los aspectos de gobierno que fueron considerados negativos y que fueron hechos por el PRI en los sexenios antes de la alternancia, no se menciona por supuesto, nada de devaluaciones, de deuda externa o de la reducción de presupuesto a la educación y a la investigación, que son factores negativos atribuidos al PRI, el narcotráfico, por ejemplo, inició durante el gobierno priista, mas no la lucha contra el mismo, por lo cual esos detalles se omiten estratégicamente en el discurso. Guillermo Valdés Castellanos, por ejemplo, en su libro

Historia del Narcotráfico en México (2013), menciona que la entrada de esta actividad al país se suscitó de 1940 a 1980, tras el desgaste de la seguridad nacional y el autoritarismo. Enrique Peña Nieto, además, es mostrado siempre como un ídolo, como un galán con una familia perfecta y una esposa estrella de Televisa (misma empresa relacionada con el PRI): Angélica Rivera; EPN logró generar un atractivo suficiente ante el público y una presencia notable en los medios masivos de comunicación, como se muestra en las siguientes imágenes, en donde su figura y la de su esposa aparecen en las portadas de revistas de sociales con titulares como “La boda más esperada” o “Por primera vez posan juntos”.



(CNN, 2012)



(amoarenriquepeña, 2012)

El discurso en el plano de lo no dicho, refleja la constante alusión al NUEVO PRI, ese que se hizo notorio ganando grandes cantidades de puestos de funcionarios y mediatizando campañas como la del mismo EPN en el estado de México, en donde firmó todos los compromisos que adquirió y colocó esas mantas con la signatura afuera de cada obra concluida, esto incluso lo mencionó durante su discurso de cierre de campaña:

Quiero saludar a toda la dirigencia de mi partido el Revolucionario Institucional, a la del Partido Verde, partido aliado de esta causa por México; saludo a coordinadores parlamentarios, a la gobernadora y gobernadores de los estados que gobierna mi partido, a los señores senadores de la República, a diputados federales, locales, a candidatos, a nuestros candidatos a gobernadores de todo el país en seis entidades. Gracias por estar aquí. (Párrafo 8, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Sus propuestas generales indican que habría más empleos, más apoyos a la educación de los jóvenes, a los ancianos o a las personas habitantes de lugares recónditos, un alto a la violencia y la mejora económica nacional.

Un cambio para establecer un Sistema de Seguridad Social Universal en el que todos tengan acceso real a la salud, haya seguro de desempleo y de invalidez y todos nuestros adultos mayores reciban una pensión para su retiro a partir de los 65 años. (Párrafo 38, Discurso de cierre de campaña, EPN).

El voto de ustedes es por la paz y la libertad de todos los mexicanos, el voto por nosotros es un voto por un México incluyente y sin pobreza, el voto por el cambio con rumbo es por más educación y de calidad para todos. El voto por nuestros candidatos significa crecer, generar mejores empleos y que tu dinero te alcance para más. (Párrafo 38, Discurso de cierre de campaña, EPN).

EPN estaba consciente de que no era apoyado por grupos específicos como los jóvenes del “#YoSoy132”, pero no olvida insinuar que a esa gente en contra también se le apoyaría bajo el mismo esquema de gobierno propuesto. Recalca de manera constante que se siente seguro de ganar la presidencia y no olvida detalles ilustrativos que acompañan a su discurso.

Saludo también a sindicatos y a organizaciones de la sociedad civil, a los clubes de fans de toda la República, activistas y cibernautas, a todas y a todos quienes han venido participando en esta campaña y que están decididos a ganar la elección del 1° de julio para emprender la nueva ruta en el camino que México queremos que tenga. (Párrafo 9, Discurso de cierre de campaña, EPN).

Así, en la parte visual, EPN deja ver a su lado una cónyuge y unos hijos que forman con él una familia modelo, una familia perfecta y además agradable a la vista, en algunas imágenes pareciera como si se tratase de un actor de telenovelas a quien le toman sus fotografías como para aparecer en portadas de revistas como *Rostros* o *Vogue*.



(Facebook, perfil EPN, 2012)

Los retratos muestran intencionalmente grupos de jóvenes *Ectivistas* portando banderas rojas y botargas de EPN con el fin de que se note que no todos estaban en contra de EPN como mostraron las redes virtuales y algunos medios de comunicación.



(Facebook, perfil EPN, 2012)

Entre las imágenes subidas a su portal oficial y al perfil de Facebook, se encuentran fotografías que fueron difundidas con el objetivo de llamar la atención a través de la imagen y al final, compartirlas aunque sea a manera de *Meme*⁵ y de esta manera, seguir dándole difusión al político.



(Taringa, 2012)

⁵ Fenómeno de las redes virtuales que se difunde de manera constante —fotografías, frases, videos— que generan novedad y se vuelven un modelo de algún asunto por la vía virtual.

Las fotografías además, lo muestran como el candidato del país, al usar no los colores sino un símbolo patrio como es la bandera sino el propio símbolo en sí; en otras el anclaje es el mismo candidato que mira hacia el cielo, levanta las manos y lleva detrás e inferior a él a un grupo de personas que lo que desean es fotografiarlo o poderlo tocar y abrazar (en su mayoría, mujeres). Siempre impecable, con el cabello bien peinado, con la ropa puesta en su lugar, con una sonrisa cautivadora, con porte y con una serie de promesas detrás de las que se desconoce el trasfondo, así se mostró Enrique Peña Nieto para lograr triunfar.

Las siguientes imágenes pertenecen al cierre de campaña de Enrique Peña Nieto, fueron colocadas en el álbum con el mismo nombre del evento. La primera de ellas muestra a EPN con la bandera de México y su nombre y lema detrás, levanta las manos en señal de triunfo.



(Facebook, perfil EPN, 2012)

En esta fotografía, EPN levanta nuevamente las manos en señal de triunfo y liderazgo con sus seguidores a espaldas y en un plano inferior al de él.



(Facebook, perfil EPN, 2012)

EPN saluda a sus seguidores, entre los que se encuentra una mujer que porta blusa con el logo del PRI y que lo saluda y mira embelesada.



(Facebook, perfil EPN, 2012)

En una pose de artista o cantante, EPN se deja fotografiar, saludar y vitorear por sus *fans*, entre los que predominan mujeres.



(Facebook, perfil EPN, 2012)

Mujeres que lejos de parecer que van a escuchar propuestas, reflejan ansia por querer fotografiarse con el candidato, se emocionan al verlo, como lo expresa la de la derecha.



(Facebook, perfil EPN)

5.6.3.2 Andrés Manuel López Obrador

Andrés Manuel López Obrador cambió su imagen agresiva y la tornó a una imagen pacífica, de un candidato amoroso (así se hizo llamar durante su campaña), tranquilo, pero que propondría para querer ganar, todo aquello que lo hizo lucir en el Distrito Federal, sin tomar en cuenta, en ocasiones, que no es lo mismo ser jefe de gobierno de una capital que ser presidente de una nación, cosa que le hizo ver la candidata panista Josefina Vázquez Mota, al cuestionarle de qué presupuesto haría uso para cumplir todas sus promesas.

Hablé también de la necesidad de hacer un gobierno austero, de terminar con los privilegios de los altos funcionarios públicos, de la incongruencia que significa tener un gobierno rico con pueblo pobre, de la necesidad de aplicar la máxima del presidente Juárez, según la cual, el servidor público tiene que aprender a vivir en la justa medianía. (Párrafo 7, Discurso de cierre de campaña, AMLO).

Propuse que con el combate a la corrupción y con la austeridad republicana podemos financiar el desarrollo de México, sin aumentar impuestos y sin endeudar al país. (Párrafo 8, Discurso de cierre de campaña, AMLO).

Administrando con honradez el presupuesto público, que es dinero de todos, vamos a contar con recursos para rescatar al campo del abandono en que se encuentra y lograr la soberanía alimentaria. Se va a apoyar como nunca a los productores, sean comuneros, ejidatarios o pequeños propietarios. Vamos también a apoyar a pequeños y medios empresarios, a pequeños y medianos comerciantes. (Párrafo 10, Discurso de cierre de campaña, AMLO).

Aquí expreso que cumpliré el compromiso de quitar el IETU. Que vamos a bajar el precio de las gasolinas, el diesel, el gas y la luz en beneficio de empresarios, transportistas y consumidores. En vez de privatizar PEMEX, vamos a utilizar el petróleo, que es de la nación, como palanca del desarrollo. Vamos a construir 5 grandes refinerías para dejar de comprar la gasolina en el extranjero. Vamos a hacer renacer la industria petroquímica. (Párrafo 11, Discurso de cierre de campaña, AMLO).

Habrá un amplio programa de desarrollo social. Vamos a atender, por humanismo, antes que a nadie, a la gente humilde, a los que más lo necesitan. Vamos a sacar de la pobreza extrema a 15 millones de mexicanos. Nadie padecerá de hambre. Se garantizará el derecho a la alimentación. Habrá pensión universal para todos los adultos mayores de 68 años y para los discapacitados del país; así mismo se atenderá a las madres solteras. Crearemos muchas estancias infantiles para que las madres que trabajan tengan donde dejar a sus hijos. Vamos a garantizar el derecho a la salud, habrá atención médica, medicamentos gratuitos, se mejorará el servicio en el ISSSTE y en el Seguro Social. (Párrafo 21, Discurso de cierre de campaña, AMLO).

AMLO se dedicó a dar promesas a diestra y siniestra, como si fuese un concurso de “a ver quién promete más”, perdió solidez en algunos compromisos sobre los que fue cuestionado, atacó a sus oponentes, y en los debates, que eran momentos en los que pudo haber hecho aclaraciones pertinentes a sus propuestas, se dedicó a descalificar a su oponente principal, Enrique Peña Nieto.

Enrique Peña Nieto representa la certidumbre de que vamos al despe adero. (Primer debate presidencial, IFE, AMLO).

Por todas estas razones es que considero que vamos a volver a ganar la presidencia. A nuestros adversarios no les funcionó su estrategia. Fracasó el intento de imponer a Peña Nieto mediante la mercadotecnia y la publicidad. Pensaron los patrocinadores de Peña, que son los más tenaces defensores del actual régimen de corrupción, que iba a ser un día de campo, un mero requisito sentar a Peña en la silla presidencial, pero la realidad es otra. La gente quiere un cambio verdadero y no lo podrán impedir ni la guerra sucia ni la compra de lealtades, conciencias y de votos. En nuestra última encuesta, del pasado fin de semana, estamos arriba y cada vez se escucha más el grito de  Vamos a ganar! (Párrafo 30, Discurso de cierre de campaña, AMLO).

AMLO emplea la polifonía en el discurso al tomar para sí acciones o frases de personajes históricos famosos para enfatizar sus acciones de campaña o futuras acciones de gobierno, el que diga que ha visitado todo el país y que ha escuchado a todas las personas pareciera un *Morelos* y sus *Sentimientos de la Nación*, además en cada discurso no se olvida de

mencionar a Benito Juárez, quien fue una figura a quien, de forma independiente a sus errores, se le reconoce por propiciar un cambio en el país, echarlo a andar económicamente y culturizarlo, AMLO en repetidas ocasiones lo toma como ejemplo y modelo, lo que representa la polifonía en el discurso.

Hablé también de la necesidad de hacer un gobierno austero, de terminar con los privilegios de los altos funcionarios públicos, de la incongruencia que significa tener un gobierno rico con pueblo pobre, de la necesidad de aplicar la máxima del presidente Juárez, según la cual, el servidor público tiene que aprender a vivir en la justa medianía. (Párrafo 7, Discurso de cierre de campaña, AMLO).



(morenaleon.bligoo.com.mx, 2012)

A lo mejor ustedes no saben, pero hay personajes de este grupo que tienen yates de gran lujo para puro placer que cuestan hasta 2 mil millones de pesos, lo que equivale a comprar 18 mil Tsurus o 7 mil créditos de departamentos del INFONAVIT. Esto es indignante, esta opulencia en medio de la pobreza. Invoco a **Morelos** que decía “que se modere la indigencia y la opulencia” (Primer debate presidencial, AMLO, 2012).

Tengo presente lo que fue el gabinete de **Juárez**, conozco la historia, eran hombres que parecían gigantes y así lograron la restauración de la República en una circunstancia muy difícil. (Segundo debate presidencial, AMLO, 2012).

Afortunadamente las cosas están bastante claras en lo que corresponde a los dos campos, como han sido siempre los tiempos de cambio y de transformación en México. Así fue cuando la **Independencia**, cuando la **Reforma**, cuando la **Revolución**. (Segundo debate presidencial, AMLO, 2012).

López Obrador suele ser un personaje muy directo en todas las circunstancias que se refieran a la descalificación de sus oponentes y a la situación del país. AMLO se evita indirectas y, mencionando nombres, ataca a los oponentes, no deja duda de que las propuestas de los otros tres candidatos no tienen consistencia y busca de todas las maneras posibles dejar fuera de la jugada al candidato del PRI.

Es satisfactorio poder decir que logramos, a pesar del cerco informativo, dar a conocer a millones de mexicanos nuestra propuesta. Nadie podrá decir que no se enteró de que hay otro camino, otra alternativa. Pusimos tan en claro las cosas, que el domingo próximo habrá solo dos opciones: o más de lo mismo o cambio verdadero. Y es de dominio público que más de lo mismo es más corrupción, más pobreza, más inseguridad y más violencia. (Párrafo 5, Discurso de cierre de campaña, AMLO).

AMLO se quiere mostrar ante la ciudadanía como un candidato común, una persona cualquiera que no pertenece a ningún movimiento y que pretende gobernar a sus iguales, eso es acorde a las imágenes subidas en portales oficiales y redes virtuales de Andrés Manuel López Obrador.



(Portal oficial AMLO, 2012)

Sus imágenes corresponden a un hombre que se encuentra rodeado de personas sin que estén separadas de él por un barandal o un templete, exceptuando algunas fotografías en donde se muestra el zócalo de la ciudad de México repleto de personas, con ello AMLO pretendió mostrar hasta el último momento que sus seguidores de 2006 aún lo apoyaban seis años después, que todas esas marchas y movimientos continuos darían un resultado que mostraría que el sexenio anterior sí fue fraude.



(Portal oficial AMLO, 2012)

AMLO no se muestra en las imágenes como un hombre de telenovela, con una esposa actriz e hijos que publican toda su vida en redes virtuales, sólo aparece en algunas ocasiones acompañado de su esposa y mirando hacia el frente. Sin embargo, la falta de solidez en las propuestas y el constante ataque a los oponentes pudo hacer que AMLO sufriera un desgaste mayor al que se hubiese pensado.

Las redes virtuales apoyaron a AMLO en muchas ocasiones, sin embargo, cabe destacar que simpatizantes del candidato activos en las redes virtuales, eran jóvenes menores de 18 años, que si bien participaron en marchas, difusión de información y otras manifestaciones, no pudieron otorgar su voto al candidato del PRD.

CONCLUSIONES

El proyecto de investigación realizado, abarca diferentes vertientes, es visto desde distintos enfoques que permiten obtener una mirada amplia sobre el tema en cuestión: *Ciberimagen política*. Conocer cómo se construye la imagen política de un candidato necesita de un sustento teórico, un soporte mediático y un análisis que precisen la manera en que los candidatos a ocupar algún puesto de funcionarios públicos logran obtener un voto de confianza y triunfar sobre los oponentes que en ese momento se encuentren dentro de la misma competencia.

Por tanto, es importante hacer un recorrido por las categorías teóricas abarcadas, un recuento del capitulado que dio el refuerzo teórico y práctico a la investigación, y una aproximación a la construcción de la ciberimagen política a través del análisis del discurso en sus vertientes escrita y visual, en donde se localizaron elementos o aspectos que permitieron observar el rol que jugó o que le fue creado a un candidato con el único objetivo del triunfo.

Este proyecto tiene su base en tres categorías teóricas: Comunicación política, Internet como herramienta de comunicación y Análisis del discurso. En el primer caso, conviene recordar que la comunicación política es aquella que mezcla la actividad de los funcionarios públicos, el gobierno y los candidatos, con la acción de los medios de comunicación (prensa, radio y televisión), los cuales difunden actividades y propuestas para la sociedad. La comunicación política juega un papel central en los procesos electorales, puesto que hay un cúmulo de información transmitida hacia los receptores, quienes tienen la decisión final sobre su voto.

Además, en la actualidad se requiere de mantener comunicación constante con las personas a quienes se está representando, con el fin de que exista una retroalimentación debida en momentos precisos para que el gobierno actúe o emita una probable acción a través de los compromisos que vayan acordes a las necesidades de los integrantes de la sociedad. La comunicación política ha sido aceptada por distintos concedores como un todo complejo

existente en el mundo actual, así, autores como Ochoa, Meadow, Moragas y Rospir, ven en la comunicación política un campo de acción interdisciplinar que otorga importancia tanto a los gobernantes como a los gobernados con los medios de comunicación fungiendo como intermediarios en la transmisión y difusión de la información.

La manera de manifestarse del gobierno a través de los medios se da a partir de la publicidad, las campañas sociales, la propaganda política y las mismas instancias de gobierno que se promocionan en los distintos medios, así mismo, el mantenimiento de la imagen de los candidatos políticos durante los procesos de elecciones es un factor más perteneciente a la comunicación política.

Así, los medios masivos de comunicación son un actor relevante dentro de los procesos electorales, puesto que dan a conocer información sobre diversos aspectos a la población en general, no obstante, ni la prensa, ni la radio, ni la televisión por sí solas, generan el impacto que tienen cuando se apoyan de la herramienta Internet, que apoya en la perennidad y magnificación de la información, así mismo, Internet permite la retroalimentación por parte de los usuarios, quienes pueden comentar, compartir y difundir aspectos que los medios tradicionales en ocasiones no muestran.

Son autores como Lévy, Quéau, Landow y Turkle quienes explican la importancia de Internet como esa herramienta de comunicación novedosa que tiene cabida en la sociedad actual, la cibercultura, esa misma sociedad que ahora tiene diversas manifestaciones en un espacio virtual situado dentro del real, que hoy en día realizan actividades que antes sólo tenían lugar en espacios físicos: compras, charlas entre amigos, lectura o visualización de noticias, visita a museos, consulta de bibliotecas, estudio del bachillerato, licenciatura o maestría en el mundo virtual, y por supuesto, comunicación con diferentes instancias de gobierno.

Así mismo, Internet ha permitido que los procesos electorales se sigan también a través de Internet, localizando de esta manera, información que los medios tradicionales en su modalidad abierta no difunden o dan a conocer de forma escueta. Internet permite que

dentro de la red Web se hospeden páginas Web de creación propia, que se abran foros de discusión, blogs, microbloggings y redes virtuales de libre contenido hasta el momento, en donde los individuos comparten noticias, datos estadísticos y otros elementos que dan amplitud de información que pudiese ser útil en el instante de tomar una decisión sobre dar un voto o apoyo hacia algún candidato político.

Como muestra de ello, existen movimientos de activismo político que han tenido su origen en Internet, y que emplean todas las herramientas del ciberespacio para realizar marchas, reuniones, eventos de apoyo, entre otros elementos, en favor o en contra de un candidato. Entre los grupos de activismo político más conocidos durante las Elecciones Federales 2012, se encuentra el que fue llamado “#YoSoy132”, que estuvo en contra del retorno del PRI a la Presidencia de la República, y que tuvo su origen de manera virtual. Ello es reflejo de cómo se vive la cibercultura en México, en la actualidad.

Lo anterior es comunicación política realizada a través de Internet (ciberpolítica), y ello permite que esta herramienta sea el sitio virtual en donde se localiza la información colocada *on-line*, se descarga y se puede emplear para investigar sobre todo aquello que se encuentre en la red Web. El análisis del discurso es una herramienta muy útil para poder determinar aquello que una figura que realiza ciberpolítica, quiere transmitir a sus receptores a través de la difusión de sus discursos orales que parten de un documento escrito y sus discursos visuales.

Así, se observa entonces que la construcción de la imagen política se basa en una serie de estatutos surgidos de la teoría de la imagen pública, en donde cualquier individuo que deba comunicarse con sus receptores, tendrá la obligación de fungir como líder, con una imagen y un discurso empáticos de acuerdo a las personas a quienes se va dirigido. La diplomacia, el uso adecuado de vocabulario, la vestimenta, el contacto directo con los individuos y el mantenimiento de la figura pública a través de los medios de comunicación, son sólo algunos de los aspectos fundamentales en la construcción de la imagen política.

Ese mismo mantenimiento del que se habla, se hace posible —además de a través de los medios tradicionales— gracias a la colocación de la imagen y el discurso de una figura pública política en Internet. Esta herramienta, que en sus inicios fue utilizada sólo por grupos militares y de gobierno, hoy en día, es empleada también por cualquier tipo de personas, en México principalmente, por jóvenes, quienes representan una cantidad copiosa del electorado activo, esto según las cifras del INEGI, que al cierre del año 2012, dio a conocer que 40.9 millones de personas emplean Internet, y de ellos el 64.1% versan entre los 12 y los 34 años, esos usuarios en las elecciones del siguiente sexenio tendrán participación representativa.

Los usuarios de Internet emplean el mundo virtual para realizar distintas actividades como consultar información, realizar compras, comunicarse con otras personas a través de redes virtuales y conocer detalles sobre figuras públicas que tengan su auge en instantes relevantes, como es el caso de los procesos electorales. La ciberpolítica se ocupa de perpetuar y magnificar información en la red Web, así, no es necesario acudir a presenciar un mitin si no se es posible, ya que los discursos, imágenes y en ocasiones videos, aparecen en los portales oficiales y las redes virtuales de los candidatos instantes después del acto de campaña.

En México, la ciberpolítica jugó un papel fundamental durante el desarrollo de las Elecciones Federales 2012, las cuales contaron con la participación activa tanto de los candidatos como del público a través de Internet. Un ejemplo conciso es la colocación en YouTube de los debates presidenciales por el Instituto Federal Electoral, recordando que el primero de éstos no fue transmitido en televisión abierta por las dos empresas más vistas a nivel nacional (Televisa y TV Azteca), y que el segundo debate sólo fue transmitido por canales secundarios. Así mismo, un tercer debate que sólo fue transmitido por Internet, pudo ser visto por usuarios de la red Web; cabe aclarar que este debate además, fue organizado por el grupo de jóvenes dedicados al activismo político (#YoSoy132), cuyo movimiento fue difundido por Internet, como bien se aclaró con anterioridad.

Las Elecciones Federales 2012 fueron un proceso de tensión para los candidatos punteros (Enrique Peña Nieto y Andrés Manuel López Obrador), quienes fueron blanco de transmisión de información por Internet que no fue dada a conocer por los medios de comunicación tradicionales y que, aunado a ello, recibieron comentarios, críticas o apoyo por usuarios del ciberespacio, algo que no es posible realizar por los medios tradicionales. Los candidatos punteros a través de sus portales oficiales y perfiles en redes virtuales, compartieron un día a día de cada momento de su campaña, dando prioridad a los discursos estenográficos de toma de protesta, inicio y cierre de campaña, y a las imágenes de los mismos momentos, complementando con la campaña por todo el país.

Enrique Peña Nieto contó con una página Web oficial que tenía los colores del Partido Revolucionario Institucional, y que publicaba su agenda y boletines de sus distintos actos de campaña, mismos que incluían en algunos casos, las versiones estenográficas de los discursos, tenía también un fichero para envío de preguntas al libro de visitas del candidato. EPN contó también con su perfil en Facebook, la foto de perfil que actualmente tiene Enrique Peña es la imagen de él mismo con la banda presidencial correspondiente a su mandato y como foto de portada está él de pie caminando sobre una alfombra roja.

La fecha de creación del perfil de Peña Nieto corresponde al 5 de septiembre de 2008 y su primera publicación aparece el día 15 de abril de 2009, se trata de un marcador al que nombró “400 compromisos cumplidos” —haciendo referencia a su gobierno en el estado de México—, y le agregó una fotografía en donde se encuentra hablando por micrófono en un atril con la nota “Entrega del Colector Cuauhtémoc Bicentenario en Ixtapaluca”.

En la información personal referente a Enrique Peña Nieto, lo único que aparece como descripción personal es la leyenda “Presidente de los Estados Unidos Mexicanos. Sígueme en Twitter @EPN”. No obstante, sí indica datos personales como su fecha y lugar de nacimiento, así como su matrimonio con Angélica Rivera. En su información de contacto sólo se encuentra la página web oficial de la presidencia de la República.

Al ser un perfil social que continúa activo, los números de likes de seguidores, así como las publicaciones siguen aumentando. Hasta abril de 2014, el perfil social de Enrique Peña Nieto contaba con 3 millones 932 mil 310 seguidores y 110 mil 800 personas han etiquetado la página en algún momento. El perfil de Enrique Peña Nieto tiene tantas fotografías sueltas como contenidas en los álbumes, hay compendios de imágenes desde que fue gobernador en el estado de México hasta ahora que es presidente de la República. Todos los días aparece un álbum nuevo, en los 90 días de campaña fue igual.

El álbum correspondiente al cierre de campaña se llama “Día 90 – Estado de México y Nuevo León”, tiene 63 fotografías de las cuales, Enrique Peña Nieto aparece en 59, en las otras 5 imágenes se encuentra su público en el cierre de campaña con banderas del PRI, predomina el color rojo. El álbum tiene 43 mil 315 likes, ha sido compartido 2 mil 684 veces y tiene 3 mil 576 comentarios, la mayor parte de los comentarios son negativos, sin embargo también existen los comentarios a favor.

En cuanto al caso de Andrés Manuel López Obrador, su portal oficial fue mucho más activo que su perfil en Facebook, mantenía invitaciones a sus eventos y a votar por él, descalificando de manera constante al candidato del PRI. En la página Web de AMLO predominaron los colores de coalición (PRD, PT, Movimiento Ciudadano), no obstante él también contó con su perfil de Facebook, aunque en esta red virtual los seguidores del candidato se encargaron de que hubiese una gran cantidad de perfiles activos del mismo. Era más sencillo identificarlo a partir del link que él mismo daba en su página Web oficial. Como fotografía principal se encuentra López Obrador de perfil con una mano en la barbilla y como foto de portada una multitud con pancartas de apoyo y una fotografía sobrepuesta de Andrés Manuel con su esposa y su hijo menor en un templete.

El perfil de López Obrador fue creado el 21 de julio de 2009, su primera publicación fue hecha ese mismo día, donde coloca 7 fotografías que dicen “Discurso del Presidente Legítimo en Iztapalapa el pasado 11 de Julio del 2009”, las imágenes corresponden a un acto político en la localidad mencionada.

La información personal aparecida en el perfil incluye una frase como descripción personal que dice “El destino de México no tiene precio”, y en los datos personales sólo aparece cuándo y dónde nació, así como qué licenciatura estudió y en qué escuela, coloca una frase célebre de Benito Juárez y como intereses marca la democracia y la justicia social, en su información de contacto coloca solamente la URL de su portal oficial en Internet.

El número de likes correspondientes al perfil de Andrés Manuel López Obrador a abril de 2014 es de 815 mil 550, un número más pequeño al haber demasiados perfiles con este nombre en activo; ha sido etiquetado en las publicaciones 27 mil 17 veces. En este perfil aún se hacen publicaciones con una periodicidad aproximada de una ocasión por semana. La sección de fotografías cuenta con muchas imágenes sueltas y pocas incluidas en álbumes creados dentro del mismo perfil. No hay exceso de imágenes, y en el caso de las correspondientes a la campaña están agrupadas en álbumes que incluyen uno o dos meses del periodo de campaña.

Las imágenes del cierre de campaña están incluidas en el álbum “Verano de 2012”, y sólo seis de ellas corresponden a este acto. De esas seis imágenes, una es propaganda que invita al cierre de campaña en el zócalo de la ciudad de México, del resto de las imágenes, López Obrador aparece en tres y las otras dos son del público asistente al acto. En total el álbum tiene 59 fotos de las giras durante todo el verano de Andrés Manuel López Obrador, tiene 58 mil 528 likes, ha sido compartido 7 mil 50 veces y tiene 4 mil 108 comentarios, la mayoría a favor de López Obrador.

Es así como se localizaron en Internet los discursos e imágenes de los momentos clave de los candidatos, y por tanto, se priorizó en el cierre de campaña al ser el instante en donde se hace un recuento de todas las propuestas realizadas, se descalifican las acciones y promesas de los oponentes y se magnifican los planteamientos de los candidatos de tal manera que se oriente a la población para que decidan otorgar un voto para los políticos, mismo que los lleve al triunfo.

Tanto el discurso escrito pronunciado de forma oral como el discurso visual, son fundamentales en la construcción de la imagen política de los candidatos, sobre todo si son difundidos en un soporte hipertextual como es el caso de Internet, en donde la ciberimagen tiene un rol clave en una cultura donde lo visual es entendido como la constatación de la realidad.

Para ello, el análisis del discurso escrito a través de las categorías de Ducrot, Salgado y Carrasco: inclusión del hablante, magnificación, universalización, uso de los tiempos verbales y lo no dicho, y el análisis del discurso visual con categorías de Barthes, Kress y Leeuwen a través del anclaje, relevo, sujetos participantes, escenarios representados, denotación y connotación, permiten profundizar en el proceso de construcción de la ciberimagen política, reflejando las intenciones existentes detrás de las palabras y detrás de los íconos visuales.

Se analizaron los discursos escritos y visuales de los candidatos punteros puesto que éstos son quienes adelantaban a los rivales en las cifras, y quienes tuvieron que manejar un discurso escrito y visual persuasivo, de tal manera que la serie de propuestas o descalificaciones hicieran la diferencia entre el triunfo de uno u otro, además de valerse del uso de herramientas novedosas de comunicación, tal como es Internet, que aún en las elecciones de 2006, no tuvo la relevancia que adquirió en el año 2012.

La realización del análisis del discurso permitió observar que los candidatos punteros no utilizaron las mismas estrategias para buscar el logro del triunfo. Por un lado, Enrique Peña Nieto utilizó en demasía la inclusión del hablante, categoría que refleja cómo el actor protagonista se incluye a sí mismo en el discurso, asumiéndose como la persona que se compromete a cumplir las promesas realizadas, y que en ocasiones, en el uso de la primera persona del plural, se unifica con el colectivo mostrando que se trata de un equipo de trabajo encaminado a lograr distintas metas en conjunto, así se genera empatía entre el público receptor y la persona que se dirige a ellos.

En cuanto al uso de la imagen, Enrique Peña Nieto funge en la mayoría como el anclaje principal, teniendo al público detrás y en planos inferiores, mostrándose como el líder del país, pues aprovecha el uso de los colores de su partido para unificarlos con los de la bandera nacional, colocada en el templete durante el discurso del cierre de campaña, connotando con ello la certeza de que se trata del candidato nacional, el candidato del país que seguramente será el ideal para gobernar a la nación.

En contraparte, Andrés Manuel López Obrador se vale en la mayoría de su discurso, de la magnificación, categoría discursiva que, a través del uso de adjetivos y adverbios, enaltece y engrandece las propuestas y acciones de un candidato político, al mismo tiempo que descalifica a los oponentes, principalmente al otro candidato puntero. La magnificación en el discurso de López Obrador, promueve el refrendo del candidato, puesto que en las elecciones de 2006, no consiguió el triunfo, aspecto que él reitera al mencionar de manera constante los fraudes electorales.

En el manejo de la imagen de Andrés Manuel López Obrador, se pudo observar que en la mayoría de éstas, el anclaje aparece en los colores de los partidos políticos a los que representa el candidato, aparecen de manera constante personas rodeando a López Obrador, lo que da cuenta a través de las fotografías, que se trata de un candidato allegado a la población, no existiendo templetos ni vallas que lo separen de los conciudadanos, excepto cuando se muestra dando un discurso. Este candidato evitó ser fotografiado con sus hijos, en pocas ocasiones aparece al lado de su esposa y busca, a través del escenario representado para tal efecto, generar un aspecto confiable.

El análisis del discurso escrito y visual ha permitido afirmar que los candidatos políticos no actúan con un patrón repetitivo buscando lograr el voto, por el contrario, de acuerdo a la personalidad del personaje, al contexto vivido en el instante, a los elementos que se encuentran alrededor como los antecedentes de gobierno o las personas que aparecen en la propuesta de gabinete, es creado un modelo discursivo y de imagen que trate de convencer a partir de la empatía y los argumentos, al público receptor con el fin de que se otorgue un voto a favor.

Los discursos manejan una serie de propuestas encaminadas a satisfacer las necesidades que en ese momento tienen las personas; los candidatos políticos buscan estar vigentes utilizando todos los medios de comunicación y la herramienta Internet para estar en contacto con el electorado, así mismo, la imagen política de los candidatos se construye a través de la descalificación directa o indirecta hacia los oponentes, de tal manera que no se mencionan aspectos que puedan considerarse negativos del propio político.

Ciberimagen política. Elecciones federales 2012. Aproximaciones a través del discurso permitió corroborar que la construcción de la imagen política de los candidatos a ser presidentes de la República en el sexenio 2012-2018 se dio en un escenario novedoso donde la herramienta Internet jugó un papel importante, fue el soporte en el cual la comunicación política vio parte tanto de los candidatos como del público receptor, y el análisis del discurso fue la herramienta idónea para revelar las intenciones de los candidatos detrás de las palabras y de las fotografías: el triunfo electoral.

BIBLIOGRAFÍA

- Aukstakalnis, S., & Blatner, D. (1993). *El espejismo de silicio. Arte y ciencia de la realidad virtual*. Barcelona: Página uno.
- Aumont, J. (1992). *La imagen*. Barcelona: Paidós.
- Austin, J. L. (1982). *Cómo hacer cosas con palabras. Palabras y acciones*. Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. (2001). *S/Z*. México: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Bauman, Z. (1996). Modernidad y ambivalencia. En J. Beriain, *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Barcelona: Anthropos.
- Bell, D. (1991). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid: Alianza Universidad.
- Benveniste, É. (1999). *Problemas de lingüística general II*. México: Siglo XXI.
- Bettetini, G. F. (1995). *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Biocca, F., & Levy, M. (1995). Realidad virtual como sistema de comunicación. En F. Biocca, & L. Mark, *La comunicación en la edad de la realidad virtual*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bonvín, M. A. (2006). *Medios de comunicación*. Barcelona: Octaedro.
- Bourdieu, P. (1996). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Breton, P. (2009). *El arte de convencer. Las claves para argumentar y ganar una negociación*. Barcelona: Paidós.
- Calsamiglia Blancafort, H., & Tusón Valls, A. (2007). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- Canel, M. J. (2006). *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*. México: Tecnos.
- Cayrol, R. (1973). *La presse. écrite et audiovisuel*. París: PUF.
- Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu.
- De Kerckhove, D. (1997). *La piel de la cultura*. Lisboa: Relógio D' Água Editores.

- Del Rey Morató, J. (2010). ¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política? *Cuenta y razón*.
- Derrida, J. (2008). *De la gramatología*. México: Siglo XXI.
- Ducrot, O. (1984). *El decir y lo dicho*. Buenos Aires: Hachette.
- Española, R. A. (21 de Mayo de 2013). *Real Academia Española*. Recuperado el 21 de Mayo de 2013, de <http://www.rae.es>
- Fairclough, N., & Wodak, R. (2001). Análisis crítico del discurso. En T. A. Van Dijk, *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.
- Fernández, C. B. (2008). *Ciberpolítica: ¿Cómo usamos las tecnologías digitales en la política latinoamericana?* Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.
- Galindo Cáceres, J. (1998). Cibercultura, ciberciudad, cibersociedad. Hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales. *Estudios sobre las culturas contemporáneas (Universidad de Colima)*.
- Galindo Cáceres, L. J. (2005). La ciberciudad. Una visión de lo social y lo urbano desde la cibernética, la sistemática y la comunicología. *Andamios*.
- Giménez, G. (1983). *Poder, Estado y discurso*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Gordoa, V. (2003). *Imagología. Todo lo que necesita saber para crear su imagen pública*. México: Grijalbo.
- Gutiérrez, S. (2002). *Discurso político y argumentación*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- IFE. (2012) Recuperado el 13 de diciembre de 2013, de IFE: <http://www.ife.org.mx>
- INEGI. (s.f.). Recuperado el 19 de abril de 2014, de INEGI: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/poblacion_indigena/pob_ind_mex.pdf
- Islas, O. (2012). Aumentan cibernautas mexicanos. *Razón y palabra*.
- Islas, O. (2012). Cifras de los ciberelectores en México. *Razón y palabra*.
- Jakobson, R. (1956). *Funciones del lenguaje*. Barcelona: Empuries.

- Kitchin, R. (1998). *Geografía del ciberespacio*.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2001). *Discurso multimodal. Los modos y los medios de la comunicación contemporánea*. Londres: Arnold.
- Krieger, P. (2006). Iconografía del poder: tipologías, usos y medios. En C. Medina, *La imagen política*. México: Universidad Nacional Autónoma de México; Instituto de Investigaciones Estéticas.
- Kuschick, M. (2006). De la opinión pública a la comunicación política. *Redalyc*.
- Kuschick, M. (2011). La teoría de la imagen y la elección de 2006. *Redalyc*.
- Landow, G. P. (2009). *Hipertexto 3.0. Teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Levis, D. (2006). *¿Qué es la realidad virtual?* Buenos Aires: Creative Common Atribución.
- Lévy, P. (1998). *¿Qué es lo virtual?* París: La Découverte.
- Lévy, P. (14 de Mayo de 2013). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Obtenido de <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org>
- López, X. (2 de Mayo de 2001). *Sala de prensa*. Obtenido de Nuevos medios de comunicación para intervenir en la sociedad mundializada mundializada: <http://www.saladeprensa.org>
- Maldonado, T. (1999). *Lo real y lo virtual*. Barcelona: Gedisa.
- McLuhan, M. (2009). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Bolsillo Paidós.
- Meadow, R. G. (1980). *Politics as Communication*. Norwood: Ablex.
- Menéndez Marcín, A. M., & Toussaint Alcaraz, F. (1989). *Prensa y nueva tecnología*. México: Trillas.
- Monzón, C. (1996). *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid: Tecnos.
- Moragas, M. d. (1979). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gili.
- Mumford, L. (1934). *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza.
- Mungaray Lagarda, A. M. (2005). Sujetos virtuales de conocimiento. Los retos de la información en el hipertexto. *Redalyc*.
- Nohlen, D. (1994). *Sistemas electorales y partidos políticos*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Nunan, D. (1993). *Introducing discourse analysis*. Londres: Penguin English.
- Ochoa, O. (2006). *Comunicación política y opinión pública*. México: Mc Graw Hill.
- Panebianco, A. (1982). *Comunicación política en BOBBIO-MATEUCCI. Diccionario de política*. Madrid: Siglo XXI.
- Peralta, C. (2004). Nociones de imagen pública. *Razón y palabra*.
- Piscitelli, A. (2005). *Internet, la imprenta del Siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- Prieto Castillo, D. (2000). *La fiesta del lenguaje*. México : Ediciones Coyoacán.
- Quéau, P. (1995). *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. Barcelona: Paidós.
- Reboul, O. (1986). *Lenguaje e ideología*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Rodríguez, J. A. (2006). *¿Cibercultura o morir? La narrativa en tiempos de cibercultura*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Rospir, J. I. (2003). Introducción a la comunicación política. En S. Berrocal, *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel.
- Ryan, M.-L. (2004). *La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos*. Barcelona: Paidós.
- Salgado Andrade, E. (2003). *El discurso del poder : informes presidenciales en México, 1917-1946*. México: El Colegio de México.
- Sartori, G. (2003). *¿Qué es la democracia?* México : Santillana Ediciones Generales.
- Schiffrin, D. (1987). *Discourse markers*. Cambridge: Cambridge University.
- Siles González, I. (2005). Internet, virtualidad y comunidad. *Redalyc*.
- Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía*. Alfaguara: México.
- Thompson, J. B. (2002). *Ideología y cultura moderna*. México: Universidad Autónoma Metropolitana unidad Xochimilco.
- Touraine, A. (1995). *¿Qué es la democracia?* México: Fondo de Cultura Económica.
- Toussaint, F. (1995). Inequidad y democracia: realidad en los medios. En F. c. Toussaint, *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*. México: La Jornada Ediciones; Centro de investigaciones interdisciplinarias en ciencias y humanidades UNAM.
- Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.

- Valles Ruiz, R. M. (2008). *Los aires de la transición democrática en Hidalgo. Periodismo de opinión, discurso y procesos electorales (2000, 2003, 2005)*. Pachuca: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Van Dijk, T. A. (1985). *Handbook of Discourse Analysis*. Londres: Academic Press.
- Van Dijk, T. A. (2005). El discurso como interacción en la sociedad. En T. A. Van Dijk, *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.
- Villalobos Jiménez, V. L. (2010). *La construcción de la imagen pública del líder político y su influencia electoral*. Ensenada: Universidad Mundial.
- Virilio, P. (1994). *Live show*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Weber, M. (1964). *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Wittgenstein, L. (2000). *Sobre la certeza*. Barcelona: Gedisa.
- Wolton, D. (2000). *Internet ¿Y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Wolton, D., & Ferry, J.-M. (1989). *El nuevo espacio público*. España: Gedisa.

Tabla 7 – **Anexo.** Análisis desglosado del discurso de cierre de campaña, Enrique Peña Nieto. Creación propia. Discurso en versión estenográfica obtenido del portal oficial de Enrique Peña Nieto.

Párrafo	Inclusión del hablante	Magnificación	Universalización	Tiempos verbales	Lo no dicho	Observaciones
<p>Muchas gracias por acompañarme en este cierre de campaña que estamos celebrando en la capital de todo el país. Me motiva, me estimula la presencia de todas y todos ustedes, quienes de distintos lugares, de distintos municipios y entidades del país se han dado cita en este importante y trascendental evento.</p> <p>Párrafo 1/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>Muchas gracias por acompañarme en este cierre de campaña que estamos celebrando en la capital de todo el país. Me motiva, me estimula la presencia de todas y todos ustedes, quienes de distintos lugares, de distintos municipios y entidades del país se han dado cita en este importante y trascendental evento.</p>	<p>Muchas gracias por acompañarme en este cierre de campaña que estamos celebrando en la capital de todo el país. Me motiva, me estimula la presencia de todas y todos ustedes, quienes de distintos lugares, de distintos municipios y entidades del país se han dado cita en este importante y trascendental evento.</p>	<p>Muchas gracias por acompañarme en este cierre de campaña que estamos celebrando en la capital de todo el país. Me motiva, me estimula la presencia de todas y todos ustedes, quienes de distintos lugares, de distintos municipios y entidades del país se han dado cita en este importante y trascendental evento.</p>	<p>Muchas gracias por acompañarme en este cierre de campaña que estamos celebrando en la capital de todo el país. Me motiva, me estimula la presencia de todas y todos ustedes, quienes de distintos lugares, de distintos municipios y entidades del país se han dado cita en este importante y trascendental evento.</p> <p>Presente Antepresente</p>	<p>A pesar de haber en ese momento cierres de campaña simultáneos, Peña Nieto no los nombra, dando al suyo la categoría de <i>importante y trascendental</i> (cosa que el de los contrincantes no).</p>	<p>A partir del inicio de su discurso, Enrique Peña Nieto le da realce a su cierre de campaña, puesto que resalta el hecho de que se lleve a cabo en la capital del país (la ciudad de México). Se dirige a un público al que él reconoce como proveniente de todo el país, como si, efectivamente, todo el país se hubiese dado cita para presenciar el acto de cierre de campaña de EPN, mismo al que califica como importante y trascendental, lo que quiere decir que no es un evento cualquiera, sino que es notable y tendrá un efecto más adelante. Da importancia a todo el público presente en el acto y emplea los tiempos presente y antepresente.</p>
<p>Un evento que quiere marcar el</p>	<p>Un evento que quiere marcar el reflejo de todo</p>	<p>Un evento que quiere marcar el reflejo de todo el</p>	<p>Un evento que quiere marcar el reflejo de todo el</p>	<p>Un evento que quiere marcar el reflejo de</p>	<p>EPN asegura que su cierre de campaña <i>quiere marcar</i> el</p>	<p>Cuando EPN habla de “emprender un nuevo rumbo”</p>

<p>reflejo de todo el país, de la gran mayoría de los mexicanos que queremos un cambio y emprender un nuevo rumbo en beneficio de todos los mexicanos.</p> <p>Párrafo 2/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>el país, de la gran mayoría de los mexicanos que queremos un cambio y emprender un nuevo rumbo en beneficio de todos los mexicanos.</p>	<p>país, de la gran mayoría de los mexicanos que queremos un cambio y emprender un nuevo rumbo en beneficio de todos los mexicanos.</p>	<p>país, de la gran mayoría de los mexicanos que queremos un cambio y emprender un nuevo rumbo en beneficio de todos los mexicanos.</p>	<p>todo el país, de la gran mayoría de los mexicanos que queremos un cambio y emprender un nuevo rumbo en beneficio de todos los mexicanos.</p> <p>Presente.</p>	<p>reflejo de todo el país, esto indica que no da por hecho que se marque ese reflejo sino que existe simplemente la intención de hacerlo, deja ambiguo el concepto de <i>nuevo rumbo</i>, en donde no especifica a qué se refiere, sin embargo, con ello señala que no seguirá el rumbo que tenía el gobierno en turno (Felipe Calderón).</p>	<p>está aceptando implícitamente que el rumbo que sigue el país actualmente no es el adecuado. ¿En qué consistiría el “nuevo rumbo” que señalaba el candidato? Sin explicaciones, el candidato se está refiriendo a sus contrincantes al calificar a su cierre de campaña como un evento “que quiere marcar el reflejo de todo el país”. Es decir, su evento es simple y sencillamente, el espejo de México. Utiliza sólo el tiempo presente.</p>
<p>Saludo a quienes han sido, sin duda, a lo largo de esta campaña motor, estímulo y aliento, quienes han nutrido con sus preocupaciones, con sus peticiones la propuesta de cambio que he presentado a todos los mexicanos.</p>	<p>Saludo a quienes han sido, sin duda, a lo largo de esta campaña motor, estímulo y aliento, quienes han nutrido con sus preocupaciones, con sus peticiones la propuesta de cambio que he presentado a todos los mexicanos.</p>	<p>Saludo a quienes han sido, sin duda, a lo largo de esta campaña motor, estímulo y aliento, quienes han nutrido con sus preocupaciones, con sus peticiones la propuesta de cambio que he presentado a todos los mexicanos.</p>	<p>Saludo a quienes han sido, sin duda, a lo largo de esta campaña motor, estímulo y aliento, quienes han nutrido con sus preocupaciones, con sus peticiones la propuesta de cambio que he presentado a todos los mexicanos.</p>	<p>Saludo a quienes han sido, sin duda, a lo largo de esta campaña motor, estímulo y aliento, quienes han nutrido con sus preocupaciones, con sus peticiones la propuesta de cambio que he presentado a todos los mexicanos.</p> <p>Presente</p>	<p>La forma impersonal en la que trata este párrafo, nos da cuenta de que refiere sólo a aquellos que han apoyado su campaña; ya que otros que no fungen como <i>motor, estímulo y aliento</i> o no han nutrido su propuesta con <i>preocupaciones y peticiones</i>, pareciera, que por el contrario, coartan a la misma.</p>	<p>No especifica a quiénes saluda, usa el impersonal pero utiliza el adverbio “sin duda” para hacer referencia importante hacia esas personas a las que dirigió su saludo, vuelve a generalizar asegurando que su propuesta de cambio la ha presentado a todos los mexicanos. Atribuye también sustantivos como “motor, estímulo y aliento” o “preocupaciones y peticiones” a ese público. Continúa hablando en presente.</p>

<p>Párrafo 3/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>				<p>Antepresente</p>		
<p>Quiero saludar de manera especial y agradecer su presencia a las mujeres de todo el país.</p> <p>Párrafo 4/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>Quiero saludar de manera especial y agradecer su presencia a las mujeres de todo el país.</p>	<p>Quiero saludar de manera especial y agradecer su presencia a las mujeres de todo el país.</p>	<p>Quiero saludar de manera especial y agradecer su presencia a las mujeres de todo el país.</p>	<p>Quiero saludar de manera especial y agradecer su presencia a las mujeres de todo el país.</p> <p>Presente</p>	<p>En este párrafo envía saludos a las mujeres, no obstante, no incluye ninguna referencia hacia ellas como es el caso de otros a quienes envió sus saludos.</p>	<p>Se recalca la generalización que hace referencia a todo el país, usa tiempo presente y dedica una mención especial a las mujeres, mismas a las que nombró anteriormente en primer término como <i>todas</i>, y las que remite su saludo como si en verdad se tratase de todas las mujeres del país presentes en su evento (que además fue simultáneo al de los otros candidatos en los que también había mujeres).</p>
<p>Reconocer a quienes se han venido sumando cada día más a este proyecto; quienes ven en este proyecto que encabezo realmente la oportunidad de tener un mejor país, un México de oportunidades, de estudio, de empleo, de empleo digno y</p>	<p>Reconocer a quienes se han venido sumando cada día más a este proyecto; quienes ven en este proyecto que encabezo realmente la oportunidad de tener un mejor país, un México de oportunidades, de estudio, de empleo, de empleo digno y</p>	<p>Reconocer a quienes se han venido sumando cada día más a este proyecto; quienes ven en este proyecto que realmente la oportunidad de tener un mejor país, un México de oportunidades, de estudio, de empleo, de empleo digno y bien remunerado. Saludo con respeto</p>	<p>Reconocer a quienes se han venido sumando cada día más a este proyecto; quienes ven en este proyecto que encabezo realmente la oportunidad de tener un mejor país, un México de oportunidades, de estudio, de empleo, de empleo digno y bien remunerado. Saludo con respeto a los jóvenes de</p>	<p>Reconocer a quienes se han venido sumando cada día más a este proyecto; quienes ven en este proyecto que encabezo realmente la oportunidad de tener un mejor país, un México de oportunidades, de estudio, de</p>	<p>Aquí, EPN enfatiza nuevamente en aquellos que siguen su campaña y su proyecto, no alude a los demás que están en otros eventos similares; con la frase <i>tener un mejor país</i> tampoco refiere específicamente los aspectos; enfatiza en el empleo <i>digno y bien remunerado</i> sin aclarar tampoco qué quiere decir con ello.</p>	<p>A lo largo de este párrafo, EPN hace un reconocimiento sólo a las personas que se han sumado a su proyecto, es decir, nada más a sus seguidores, mismos que seguramente se han sumado porque alcanzan a ver la oportunidad de tener un país mejor, a diferencia de otros que no lo han hecho (incluso lo refuerza con el adverbio “realmente”), el país mejor al que se refiere, asegura, es de oportunidades como el estudio</p>

<p>bien remunerado. Saludo con respeto a los jóvenes de todo nuestro país.</p> <p>Párrafo 5/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>bien remunerado. Saludo con respeto a los jóvenes de todo nuestro país.</p>	<p>a los jóvenes de todo nuestro país.</p>	<p><u>todo nuestro país.</u></p>	<p>empleo digno y bien remunerado. Saludo con respeto a los jóvenes de todo nuestro país.</p> <p>Presente Antepresente</p>		<p>y el empleo (al que agrega será digno y bien remunerado), sin especificar a qué se refiere con digno y bien remunerado; saluda también a los jóvenes de todo el país (de nuevo, como si estuviesen todos presentes), y continúa en tiempos presente y antepresente.</p>
<p>Saludo también a los hombres comprometidos, a los hombres que ven todos los días por que en su hogar haya lo que la familia necesita, los que trabajan en el campo, en la industria, en la actividad pesquera, en distintas actividades económicas del país; saludo a los hombres trabajadores y comprometidos con sus familias y con todo México.</p>	<p>Saludo también a los hombres comprometidos, a los hombres que ven todos los días por que en su hogar haya lo que la familia necesita, los que trabajan en el campo, en la industria, en la actividad pesquera, en distintas actividades económicas del país; saludo a los hombres trabajadores y comprometidos con sus familias y con todo México.</p>	<p>Saludo también a los hombres comprometidos, a los hombres que ven todos los días por que en su hogar haya lo que la familia necesita, los que trabajan en el campo, en la industria, en la actividad pesquera, en distintas actividades económicas del país; saludo a los hombres trabajadores y comprometidos con sus familias y con todo México.</p>	<p>Saludo también a los hombres comprometidos, a los hombres que ven todos los días por que en su hogar haya lo que la familia necesita, los que trabajan en el campo, en la industria, en la actividad pesquera, en distintas actividades económicas del país; saludo a los hombres trabajadores y comprometidos con sus familias y con todo México.</p>	<p>Saludo también a los hombres comprometidos, a los hombres que ven todos los días por que en su hogar haya lo que la familia necesita, los que trabajan en el campo, en la industria, en la actividad pesquera, en distintas actividades económicas del país; saludo a los hombres trabajadores y comprometidos con sus familias y con todo México.</p> <p>Presente</p>	<p>En este párrafo, se hace énfasis en características que tradicionalmente se atribuyen a los hombres, como el rol de jefe de familia, en el saludo a mujeres y jóvenes no hizo el énfasis similar al que hace en el saludo a los hombres.</p>	<p>A diferencia del párrafo alusivo a las mujeres, EPN utiliza todo este párrafo para referir al género masculino, dos veces les envía saludos y les atribuye características tales como trabajadores y comprometidos (ese último adjetivo lo dice dos veces), recalca la idea clásica de que es el hombre quien provee de las necesidades básicas a la familia pues los menciona trabajando en diferentes sectores para mantener su hogar. De nuevo emplea la generalización asegurando que todos los días los hombres trabajan por y para su familia y además con ello se comprometen con todo el país. En esta ocasión habla en presente en dos modos:</p>

Párrafo 6/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012				(indicativo y subjuntivo).		indicativo y subjuntivo.
<p>Son todas y todos ustedes, quienes han hecho posible esta campaña, esta campaña de propuesta y de compromiso con México, son ustedes quienes han alimentado, quienes han nutrido con su vitalidad, con su entusiasmo, con su energía por ser parte de este proyecto. Por ello a todas y a todos ustedes mi mayor reconocimiento, y siempre mi agradecimiento para todas y todos ustedes, porque insisto, son quienes han hecho posible esta campaña que está cada día más cerca de concluir.</p>	<p>Son todas y todos ustedes, quienes han hecho posible esta campaña, esta campaña de propuesta y de compromiso con México, son ustedes quienes han alimentado, quienes han nutrido con su vitalidad, con su entusiasmo, con su energía por ser parte de este proyecto. Por ello a todas y a todos ustedes <u>mi mayor reconocimiento</u>, y siempre <u>mi agradecimiento</u> para todas y todos ustedes, porque <u>insisto</u>, son quienes han hecho posible esta campaña que está cada día más cerca de concluir.</p>	<p>Son todas y todos ustedes, quienes han hecho posible esta campaña, esta campaña de propuesta y de compromiso con México, son ustedes quienes han alimentado, quienes han nutrido con su vitalidad, con su entusiasmo, con su energía por ser parte de este proyecto. Por ello a todas y a todos ustedes <u>mi mayor reconocimiento</u>, y <u>siempre mi agradecimiento</u> para todas y todos ustedes, porque insisto, son quienes han hecho posible esta campaña que está cada día más cerca de concluir.</p>	<p><u>Son todas y todos ustedes, quienes han hecho posible esta campaña</u>, esta campaña de propuesta y de compromiso con México, son ustedes quienes han alimentado, quienes han nutrido con su vitalidad, con su entusiasmo, con su energía por ser parte de este proyecto. Por <u>ello a todas y a todos ustedes mi mayor reconocimiento</u>, y siempre mi agradecimiento para todas y todos ustedes, porque insisto, son quienes han hecho posible esta campaña que está cada día más cerca de concluir.</p>	<p><u>Son</u> todas y todos ustedes, quienes <u>han hecho</u> posible esta campaña, esta campaña de propuesta y de compromiso con México, <u>son</u> ustedes quienes <u>han alimentado</u>, quienes <u>han nutrido</u> con su vitalidad, con su entusiasmo, con su energía por ser parte de este proyecto. Por ello a todas y a todos ustedes mi mayor reconocimiento, y siempre mi agradecimiento para todas y todos ustedes, porque <u>insisto</u>, <u>son</u> quienes <u>han hecho</u> posible esta campaña que <u>está</u> cada día más cerca de concluir.</p>	<p>Con el <i>todas y todos</i> ustedes, hace referencia nuevamente sólo a los que se encuentran en su acto de cierre de campaña.</p>	<p>En este párrafo, EPN regresa a hablar de <i>todas y todos</i> a quienes hizo una mención particular, hace énfasis en que su compañía está comprometida con el país y que son las personas presentes las que han alimentado y nutrido con entusiasmo y energía el proyecto al que ha hecho mención en varios párrafos. A esas personas reitera el reconocimiento (con el adverbio mayor) y también el agradecimiento (con el adverbio siempre), lo que significa que dicho en primera persona del singular es importante que el público perciba que es él mismo quien siempre agradece y da el mayor reconocimiento a sus seguidores. Continúa en presente y antepresente.</p>

<p>Párrafo 7/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>				<p>Presente Antepresente</p>		
<p>Quiero saludar a toda la dirigencia de mi partido el Revolucionario Institucional, a la del Partido Verde, partido aliado de esta causa por México; saludo a coordinadores parlamentarios, a la gobernadora y gobernadores de los estados que gobierna mi partido, a los señores senadores de la República, a diputados federales, locales, a nuestros candidatos a gobernadores de todo el país en seis entidades. Gracias por estar aquí.</p>	<p>Quiero saludar a toda la dirigencia de mi partido el Revolucionario Institucional, a la del Partido Verde, partido aliado de esta causa por México; saludo a coordinadores parlamentarios, a la gobernadora y gobernadores de los estados que gobierna mi partido, a los señores senadores de la República, a diputados federales, locales, a nuestros candidatos a gobernadores de todo el país en seis entidades. Gracias por estar aquí.</p>	<p>Quiero saludar a toda la dirigencia de mi partido el Revolucionario Institucional, a la del Partido Verde, partido aliado de esta causa por México; saludo a coordinadores parlamentarios, a la gobernadora y gobernadores de los estados que gobierna mi partido, a los señores senadores de la República, a diputados federales, locales, a nuestros candidatos a gobernadores de todo el país en seis entidades. Gracias por estar aquí.</p>	<p>Quiero saludar a toda la dirigencia de mi partido el Revolucionario Institucional, a la del Partido Verde, partido aliado de esta causa por México; saludo a coordinadores parlamentarios, a la gobernadora y gobernadores de los estados que gobierna mi partido, a los señores senadores de la República, a diputados federales, locales, a nuestros candidatos a gobernadores de todo el país en seis entidades. Gracias por estar aquí.</p>	<p>Quiero saludar a toda la dirigencia de mi partido el Revolucionario Institucional, a la del Partido Verde, partido aliado de esta causa por México; saludo a coordinadores parlamentarios, a la gobernadora y gobernadores de los estados que gobierna mi partido, a los señores senadores de la República, a diputados federales, locales, a nuestros candidatos a gobernadores de todo el país en seis entidades. Gracias por estar aquí.</p>	<p>En este párrafo, se alude a los militantes del PRI y del PVEM, de nuevo excluye a simpatizantes de otros partidos, además de que enfatiza en cargos públicos que ocupa gente que milita en su mismo partido, como si se tratara de la única fuerza política en México.</p>	<p>En el octavo párrafo, EPN sigue enviando saludos, esta vez se dirige a un sector mucho más específico que son los militantes del Partido Revolucionario Institucional y del Partido Verde Ecologista de México, ya que este último formó alianza con el PRI para la elección federal 2012, así mismo, saluda a los funcionarios públicos, claro, sólo a los que representan al PRI y que se encuentran en el mismo acto de cierre de campaña, como si él fuese el dirigente principal del PRI, lo nombra como “mi partido” y alude a “nuestros candidatos”. Su discurso no se despega del tiempo presente.</p>

<p>Párrafo 8/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>				<p>Presente.</p>		
<p>Saludo también a sindicatos y a organizaciones de la sociedad civil, a los clubes de fans de toda la República, activistas y cibernautas, a todas y a todos quienes han venido participando en esta campaña y que están decididos a ganar la elección del 1° de julio para emprender la nueva ruta en el camino que México queremos que tenga.</p> <p>Párrafo 9/50</p>	<p>Saludo también a sindicatos y a organizaciones de la sociedad civil, a los clubes de fans de toda la República, activistas y cibernautas, a todas y a todos quienes han venido participando en esta campaña y que están decididos a ganar la elección del 1° de julio para emprender la nueva ruta en el camino que México queremos que tenga.</p>	<p>Saludo también a sindicatos y a organizaciones de la sociedad civil, a los clubes de fans de toda la República, activistas y cibernautas, a todas y a todos quienes han venido participando en esta campaña y que están decididos a ganar la elección del 1° de julio para emprender la nueva ruta en el camino que México queremos que tenga.</p>	<p>Saludo también a sindicatos y a organizaciones de la sociedad civil, a los clubes de fans de toda la República, activistas y cibernautas, a todas y a todos quienes han venido participando en esta campaña y que están decididos a ganar la elección del 1° de julio para emprender la nueva ruta en el camino que México queremos que tenga.</p>	<p>Saludo también a sindicatos y a organizaciones de la sociedad civil, a los clubes de fans de toda la República, activistas y cibernautas, a todas y a todos quienes han venido participando en esta campaña y que están decididos a ganar la elección del 1° de julio para emprender la nueva ruta en el camino que México queremos que tenga.</p> <p>Presente Antepresente</p>	<p>Otra vez, hace énfasis en una <i>nueva ruta</i> que seguirá el país, distinta seguramente a la que había tenido en los dos últimos sexenios; menciona en el saludo a los activistas y a los cibernautas juntos, siendo que los ciberactivistas fueron un obstáculo en su campaña, no obstante, posterior a esta mención reitera el triunfo que está seguro de obtener.</p>	<p>Sin olvidarse en el discurso de enviar saludos a sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, pero como si se tratase de un artista que se presenta a un espectáculo, EPN envía saludos a <i>los clubes de fans</i>, mismos que, se comprende, están a lo largo de todo el país, así mismo llama la atención en el saludo la mención a los activistas y cibernautas, sobre todo recordando lo reciente que se encontraba el movimiento ciberactivista “YoSoy132”, quizá demostrando que no fue un suceso que perjudicara su campaña, pues reafirma que el saludo para todos los que participaron en la misma y asegura que todos los simpatizantes se unieron para ganar la elección próxima y con ello <i>trazar una nueva ruta en el camino</i> para el país, nueva ruta que asegura, los seguidores quieren que la nación tenga, una ruta distinta, como lo</p>

Cierre de campaña EPN 24-06-2012						recalcó antes, no la que el país transitaba en ese momento.
Señoras y señores, señores representantes de los medios de comunicación: estamos a siete días de ser parte central de un momento histórico para México. Llegamos fuertes y unidos, llegamos con la seguridad de que vamos a triunfar el 1° de julio y estamos a tan sólo una semana de ganar la Presidencia de la República.	Señoras y señores, señores representantes de los medios de comunicación: estamos a siete días de ser parte central de un momento histórico para México. Llegamos fuertes y unidos, llegamos con la seguridad de que vamos a triunfar el 1° de julio y estamos a tan sólo una semana de ganar la Presidencia de la República.	Señoras y señores, señores representantes de los medios de comunicación: estamos a siete días de ser parte central de un momento histórico para México . Llegamos fuertes y unidos, llegamos con la seguridad de que vamos a triunfar el 1° de julio y estamos a tan sólo una semana de ganar la Presidencia de la República.	Señoras y señores, señores representantes de los medios de comunicación: estamos a siete días de ser parte central de un momento histórico para México. Llegamos fuertes y unidos, llegamos con la seguridad de que vamos a triunfar el 1° de julio y estamos a tan sólo una semana de ganar la Presidencia de la República.	Señoras y señores, señores representantes de los medios de comunicación: estamos a siete días de ser parte central de un momento histórico para México. Llegamos fuertes y unidos, llegamos con la seguridad de que vamos a triunfar el 1° de julio y estamos a tan sólo una semana de ganar la Presidencia de la República.	En este párrafo con el cual inicia el contenido oficial de su discurso de cierre de campaña, EPN se dirige a los medios de comunicación presentes (quienes publicarían la nota posterior al evento) y reitera una vez más el triunfo cantado que ya era de esperarse en el país, como si se tratara de algo ya sin marcha atrás.	En este párrafo que, después de los saludos dichos en los nueve anteriores, inicia con el discurso enfocado de forma directa al cierre de campaña, EPN nombra a los presentes como <i>señoras y señores</i> , asegura que él, al lado de los que han seguido su campaña llegan juntos a la fecha designada para la elección, fecha en la que considera, se dará un suceso <i>histórico</i> para México, es decir, magnifica el hecho como una situación tan relevante como otras situaciones por las que ha pasado la nación con anterioridad. Se incluye en la colectividad en diversas ocasiones utilizando a la primera persona del plural y aseguró en presente y sin dudar, que el triunfo en las elecciones era algo seguro.
Párrafo 10/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012						
Quiero agradecerles a todas y a todos ustedes su apoyo,	Quiero agradecerles a todas y a todos ustedes su apoyo,	Quiero agradecerles a todas y a todos ustedes su apoyo, entusiasmo y compromiso con	Quiero agradecerles a todas y a todos ustedes su apoyo, entusiasmo y	Quiero agradecerles a todas y a todos ustedes su apoyo,	EPN atribuye a sus seguidores el éxito de su campaña, nuevamente se encuentran excluidos	Aquí, el sujeto está incluido en la primera persona tanto del singular como del plural, reitera el agradecimiento a sus

<p>entusiasmo y compromiso con este proyecto que vengo encabezando, es un proyecto del que todos somos parte. Gracias a ustedes ésta ha sido una gran campaña. Desde los primeros minutos del 30 de marzo, allá en Guadalajara inicié un recorrido por todo el país que me ha cambiado la vida, que me inspira y motiva, pero sobre todo me comprometo con todos los mexicanos.</p> <p>Párrafo 11/50</p>	<p>entusiasmo y compromiso con este proyecto que vengo encabezando, es un proyecto del que todos somos parte. Gracias a ustedes ésta ha sido una gran campaña. Desde los primeros minutos del 30 de marzo, allá en Guadalajara inicié un recorrido por todo el país que me ha cambiado la vida, que me inspira y motiva, pero sobre todo me comprometo con todos los mexicanos.</p>	<p>este proyecto que vengo encabezando, es un proyecto del que todos somos parte. Gracias a ustedes ésta ha sido una gran campaña. Desde los primeros minutos del 30 de marzo, allá en Guadalajara inicié un recorrido por todo el país que me ha cambiado la vida, que me inspira y motiva, pero sobre todo me comprometo con todos los mexicanos.</p>	<p>compromiso con este proyecto que vengo encabezando, es un proyecto del que todos somos parte. Gracias a ustedes ésta ha sido una gran campaña. Desde los primeros minutos del 30 de marzo, allá en Guadalajara inicié un recorrido por todo el país que me ha cambiado la vida, que me inspira y motiva, pero sobre todo me comprometo con todos los mexicanos.</p>	<p>entusiasmo y compromiso con este proyecto que vengo encabezando, es un proyecto del que todos somos parte. Gracias a ustedes ésta ha sido una gran campaña. Desde los primeros minutos del 30 de marzo, allá en Guadalajara inicié un recorrido por todo el país que me ha cambiado la vida, que me inspira y motiva, pero sobre todo me comprometo con todos los mexicanos.</p> <p>Presente Antepresente Pasado</p>	<p>en este discurso aquellos que no se encuentran presentes en el acto de cierre de campaña. No es claro el motivo por el cual le ha cambiado la vida a EPN a partir de su campaña.</p>	<p>seguidores de campaña, misma que asegura en el discurso “ha sido una gran campaña”; da una impresión de una persona que no se agotó en ningún instante, puesto que el haber iniciado su promoción desde “los primeros minutos del 30 de marzo” refleja una incansable campaña, iniciada además, en una de las ciudades más importantes del país. A pesar de que en algunas partes de su discurso no incluye a todos los sujetos presentes, lo hace a partir de la universalización en algunas frases, en las que asegura que todos forman parte de su proyecto, que recorrió todo el país (aunque eso no implica la visita a cada municipio o colonia), y que está comprometido con todos los mexicanos (esto excluiría a aquéllos que no tienen esta nacionalidad y que por tanto, no ejercen el voto aun radicando en este país). Predominan los tiempos presente y antepresente, el uso del pasado sólo lo hace una vez</p>
--	---	---	---	--	---	---

Cierre de campaña EPN 24-06-2012						para recordar un hecho de meses atrás solamente.
He tenido la gran oportunidad de encontrarme con millones de mexicanos, de escuchar miles de voces de todas las regiones y grupos sociales, he estado en las 32 entidades del país, de las principales ciudades, de los puertos y zonas industriales, en las regiones agrícolas y ganaderas, en las fronteras norte y sur de nuestro país, en las costas del Golfo de México, del Pacífico y del Caribe, ahí en todo nuestro territorio pude sentir la grandeza de México, pude confirmar el enorme potencial	He tenido la gran oportunidad de encontrarme con millones de mexicanos, de escuchar miles de voces de todas las regiones y grupos sociales, he estado en las 32 entidades del país, de las principales ciudades, de los puertos y zonas industriales, en las regiones agrícolas y ganaderas, en las fronteras norte y sur de nuestro país, en las costas del Golfo de México, del Pacífico y del Caribe, ahí en todo nuestro territorio pude sentir la grandeza de México, pude confirmar el	He tenido la gran oportunidad de encontrarme con millones de mexicanos , de escuchar miles de voces de todas las regiones y grupos sociales , he estado en las 32 entidades del país , de las principales ciudades, de los puertos y zonas industriales, en las regiones agrícolas y ganaderas, en las fronteras norte y sur de nuestro país, en las costas del Golfo de México, del Pacífico y del Caribe, ahí en todo nuestro territorio pude sentir la grandeza de México , pude confirmar el enorme potencial que hay en todos los mexicanos .	He tenido la gran oportunidad de encontrarme con millones de mexicanos, de escuchar miles de voces de todas las regiones y grupos sociales, he estado en las 32 entidades del país, de las principales ciudades, de los puertos y zonas industriales, en las regiones agrícolas y ganaderas, en las fronteras norte y sur de nuestro país, en las costas del Golfo de México, del Pacífico y del Caribe, ahí en todo nuestro territorio pude sentir la grandeza de México, pude confirmar el enorme potencial que hay en todos los mexicanos .	He tenido la gran oportunidad de encontrarme con millones de mexicanos, de escuchar miles de voces de todas las regiones y grupos sociales, he estado en las 32 entidades del país, de las principales ciudades, de los puertos y zonas industriales, en las regiones agrícolas y ganaderas, en las fronteras norte y sur de nuestro país, en las costas del Golfo de México, del Pacífico y del Caribe, ahí en todo nuestro territorio pude sentir la grandeza de México, pude confirmar el	De forma geográfica, EPN menciona a lo largo de este párrafo las diferentes regiones por las que ha pasado durante su campaña, no obstante, no menciona el haber tenido contacto con zonas marginadas o de escasos recursos, muy aisladas en ciertas regiones.	En esta sección, EPN se incluye en el discurso como la persona aislada de todo su equipo de campaña que pareciera haber recorrido todo el país por sí solo para conocer las peticiones e inquietudes de los individuos; magnifica sus acciones al aseverar que se ha encontrado con millones de mexicanos (pero no de todos ha escuchado sus voces, sólo de miles), las referencias a “la grandeza de México” y al “enorme potencial que hay en todos los mexicanos” aluden nuevamente sólo a aquéllos con los que tuvo contacto a lo largo de la campaña, por lo que, una vez más, excluye a los seguidores de sus contrincantes. El discurso aprecia el potencial de todos los mexicanos, cuando antes se habló de millones y después de miles. El tiempo pasado vuelve a ser utilizado para referir circunstancias muy próximas al presente. A pesar de usar de forma constante el

<p>que hay en todos los mexicanos.</p> <p>Párrafo 12/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>enorme potencial que hay en todos los mexicanos.</p>			<p>enorme potencial que hay en todos los mexicanos.</p> <p>Antepresente Pasado</p>		<p><i>todas</i> y el <i>todos</i>, las menciones geográficas no engloban al colectivo.</p>
<p>Pude apreciar el brillo en la mirada de los niños indígenas quienes se alegran con las cosas sencillas de la vida. Pude sentir la fortaleza de espíritu de las personas con discapacidad y valorar la sabiduría de nuestros adultos mayores; compartí, como ahora lo hago, con miles de jóvenes su entusiasmo y optimismo de que viene un mejor futuro para México; pero en este trayecto pude ver también los rostros de dolor de</p>	<p>Pude apreciar el brillo en la mirada de los niños indígenas quienes se alegran con las cosas sencillas de la vida. Pude sentir la fortaleza de espíritu de las personas con discapacidad y valorar la sabiduría de nuestros adultos mayores; compartí, como ahora lo hago, con miles de jóvenes su entusiasmo y optimismo de que viene un mejor futuro para México; pero en este trayecto pude ver también los rostros de dolor</p>	<p>Pude apreciar el brillo en la mirada de los niños indígenas quienes se alegran con las cosas sencillas de la vida. Pude sentir la fortaleza de espíritu de las personas con discapacidad y valorar la sabiduría de nuestros adultos mayores; compartí, como ahora lo hago, con miles de jóvenes su entusiasmo y optimismo de que viene un mejor futuro para México; pero en este trayecto pude ver también los rostros de dolor de las víctimas de la violencia y la impunidad.</p>	<p>Pude apreciar el brillo en la mirada de los niños indígenas quienes se alegran con las cosas sencillas de la vida. Pude sentir la fortaleza de espíritu de las personas con discapacidad y valorar la sabiduría de nuestros adultos mayores; compartí, como ahora lo hago, con miles de jóvenes su entusiasmo y optimismo de que viene un mejor futuro para México; pero en este trayecto pude ver también los rostros de dolor de las víctimas de la violencia y la impunidad.</p>	<p>Pude apreciar el brillo en la mirada de los niños indígenas quienes se alegran con las cosas sencillas de la vida. Pude sentir la fortaleza de espíritu de las personas con discapacidad y valorar la sabiduría de nuestros adultos mayores; compartí, como ahora lo hago, con miles de jóvenes su entusiasmo y optimismo de que viene un mejor futuro para México; pero en este trayecto pude ver también los rostros de dolor de las víctimas</p>	<p>En referencia al comentario del párrafo anterior, aquí EPN nombra a los niños indígenas aludiendo a que ellos se alegran con las cosas sencillas de la vida, sin tomar en cuenta su situación económica y social en referencia al Estado. Exalta la fortaleza de las personas con discapacidad y la sabiduría de los adultos mayores, siendo que son otros de los grupos que aún sufren más en el país. La observación hacia los rostros de dolor de las víctimas de la violencia e impunidad son una referencia indirecta al gobierno de Calderón.</p>	<p>En este párrafo, se hace referencia a una inclusión del hablante que refleja como si EPN hubiese estado en contacto con todos los sectores a los que menciona en su discurso. Utiliza sustantivos para cada uno de esos mismos sectores, con lo que pretende describirlos; al mismo tiempo que magnifica esos mismos sustantivos dándoles un realce particular. Nuevamente emplea el tiempo pasado sólo para referir lo ocurrido en el transcurso de su campaña, por lo que los acontecimientos en presente son lo más importante, con ello se desdeña lo ocurrido antes y lo que pasará después, pero sin olvidar la mención indirecta que hace al gobierno de Felipe Calderón, etiquetado por algunos como el gobierno de la <i>violencia</i> y la <i>impunidad</i>.</p>

<p>las víctimas de la violencia y la impunidad.</p> <p>Párrafo 13/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>de las víctimas de la violencia y la impunidad.</p>			<p>de la violencia y la impunidad.</p> <p>Pasado Presente</p>		
<p>Pude sentir la angustia de quienes han perdido su empleo, de las amas de casa que batallan porque el dinero no les alcanza; pude palpar la inaceptable pobreza en pleno siglo XXI que padecen aún millones de familias mexicanas.</p> <p>Párrafo 14/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>Pude sentir la angustia de quienes han perdido su empleo, de las amas de casa que batallan porque el dinero no les alcanza; pude palpar la inaceptable pobreza en pleno siglo XXI que padecen aún millones de familias mexicanas.</p>	<p>Pude sentir la angustia de quienes han perdido su empleo, de las amas de casa que batallan porque el dinero no les alcanza; pude palpar la inaceptable pobreza en pleno siglo XXI que padecen aún millones de familias mexicanas.</p>	<p>Pude sentir la angustia de quienes han perdido su empleo, de las amas de casa que batallan porque el dinero no les alcanza; pude palpar la inaceptable pobreza en pleno siglo XXI que padecen aún millones de familias mexicanas.</p>	<p>Pude sentir la angustia de quienes han perdido su empleo, de las amas de casa que batallan porque el dinero no les alcanza; pude palpar la inaceptable pobreza en pleno siglo XXI que padecen aún millones de familias mexicanas.</p> <p>Pasado Presente</p>	<p>Otra vez, y sin nombrarlo directamente, EPN hace referencia al gobierno de Felipe Calderón, al hablar de la pérdida de los empleos que también le fue echada en cara al llamado <i>presidente del empleo</i>, otra vez hace referencia a las mujeres, en esta ocasión como <i>amas de casa</i>, sin que todas se dediquen a esta labor. Refiere a la <i>inaceptable pobreza</i> de millones de familias, en donde no usa inclusión del hablante, entendemos que su familia no padece de esa inaceptable pobreza.</p>	<p>En este párrafo, EPN emplea el tiempo pasado de nueva cuenta para indicar acciones que ocurrieron a lo largo de su campaña. Emplea la inclusión del hablante sólo para indicar su recorrido por los sectores de la República, pero para nada indicando que él o su familia hayan perdido su empleo, batallen porque el dinero no les alcance o padezcan una inaceptable pobreza. Continuó haciendo alusión al gobierno de Felipe Calderón sin nombrarlo, pero utilizando términos con los que fue identificado a lo largo de su sexenio.</p>
<p>En todos los rostros que vi, en todas las voces que escuché,</p>	<p>En todos los rostros que vi, en todas las voces que</p>	<p>En todos los rostros que vi, en todas las voces que escuché, en todos los</p>	<p>En todos los rostros que vi, en todas las voces que escuché, en todos</p>	<p>En todos los rostros que vi, en todas las voces que</p>	<p>EPN ha vuelto a minimizar las campañas de sus contrincantes, pues</p>	<p>La inclusión del hablante en este párrafo, es usada sólo para especificar las acciones que él</p>

<p>en todos los mexicanos con quienes me reuní, hay un anhelo, hay un anhelo común, hay un enorme deseo de cambio y renovación para el país.</p> <p>Párrafo 15/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>escuché, en todos los mexicanos con quienes me reuní, hay un anhelo, hay un enorme deseo de cambio y renovación para el país.</p>	<p>mexicanos con quienes me reuní, hay un anhelo, hay un anhelo común, hay un enorme deseo de cambio y renovación para el país.</p>	<p>los mexicanos con quienes me reuní, hay un anhelo, hay un anhelo común, hay un enorme deseo de cambio y renovación para el país.</p>	<p>escuché, en todos los mexicanos con quienes me reuní, hay un anhelo, hay un anhelo común, hay un enorme deseo de cambio y renovación para el país.</p> <p>Pasado Presente</p>	<p>no habla de aquellos con los que no tuvo contacto, otra vez refiere a un <i>cambio</i> para el país pero sigue sin especificar de qué se trata ¿Será un cambio positivo o negativo?</p>	<p>hizo en primera persona, menciona sólo a las personas con quienes tuvo contacto, con lo que desdeña las campañas de sus contrincantes, magnifica el dicho deseo de cambio del que tanto ha hablado diciendo que se trata de un <i>enorme deseo</i>. Emplea anafóricamente el verbo impersonal <i>hay</i> con motivo de enfatizar en los sentires de las personas seguidoras de su campaña. Así mismo, reitera la posibilidad de cambio en donde no especifica de qué cambio se trata. Habla en presente, el pasado sólo refiere su acto de campaña inmediato.</p>
<p>Los mexicanos estamos listos para superar esta etapa crítica de estancamiento económico, rezago social y violencia. Esta elección es la gran oportunidad de lograrlo, en esta elección los ciudadanos tendrán</p>	<p>Los mexicanos estamos listos para superar esta etapa crítica de estancamiento económico, rezago social y violencia. Esta elección es la gran oportunidad de lograrlo, en esta elección los ciudadanos tendrán cuatro</p>	<p>Los mexicanos estamos listos para superar esta etapa crítica de estancamiento económico, rezago social y violencia. Esta elección es la gran oportunidad de lograrlo, en esta elección los ciudadanos tendrán cuatro proyectos políticos distintos por cuáles elegir:</p>	<p>Los mexicanos estamos listos para superar esta etapa crítica de estancamiento económico, rezago social y violencia. Esta elección es la gran oportunidad de lograrlo, en esta elección los ciudadanos tendrán cuatro proyectos políticos distintos por cuáles elegir:</p>	<p>Los mexicanos estamos listos para superar esta etapa crítica de estancamiento económico, rezago social y violencia. Esta elección es la gran oportunidad de lograrlo, en esta elección los ciudadanos</p>	<p>Una vez más, refiere al gobierno de Felipe Calderón cuando habla de una <i>etapa crítica de estancamiento económico, rezago social y violencia</i>. Con ello da a entender que su gobierno no tendrá tales características, y que depende los ciudadanos (o sea, los que pueden votar) el</p>	<p>Aquí, EPN se incluye para que los ciudadanos vean que él es la opción para dejar atrás el sexenio (por lo que le atribuye) del terror con Felipe Calderón, y los invita a votar. Magnifica esa forma de identificar el gobierno de calderón a través del adjetivo <i>crítica</i>, como si en México realmente se viviera una catástrofe. Se arriesga a emplear el tiempo futuro para</p>

cuatro proyectos políticos distintos por cuáles elegir: Párrafo 16/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012	proyectos políticos distintos por cuáles elegir:			tendrán cuatro proyectos políticos distintos por cuáles elegir: Presente Futuro	darle su triunfo. Con los <i>cuatro proyectos</i> recuerda por primera vez a sus contrincantes pero evita nombrarlos.	referir a los cuatro candidatos y las posibles consecuencias de sus gobiernos en caso de ser elegidos.
Uno que representa más de lo mismo, inseguridad y violencia, desempleo y más pobreza para México. Párrafo 17/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012	Uno que representa más de lo mismo, inseguridad y violencia, desempleo y más pobreza para México.	Uno que representa <u>más de lo mismo, inseguridad y violencia, desempleo y más pobreza</u> para México.	Uno que representa más de lo mismo, inseguridad y violencia, desempleo y más pobreza para México.	Uno que <u>representa</u> más de lo mismo, inseguridad y violencia, desempleo y más pobreza para México. Presente	Aunque no la nombra de forma directa, es evidente que en este párrafo alude directamente a Josefina Vázquez Mota, pues era la representante del Partido Acción Nacional (PAN), cuna de Felipe Calderón, por lo que también alude nuevamente a este gobierno.	Como este párrafo va dirigido a su contrincante del Partido Acción Nacional, no se incluye como hablante, menciona que el probable triunfo de Vázquez Mota traerá consecuencias parecidas a las del gobierno de Calderón, es clara la descalificación de su oponente al resaltar esas cualidades negativas que fueron blancos de críticas en el sexenio 2006-2012. Por ello, recurre sólo al tiempo presente.
Otro es el del populismo autoritario, que no rinde cuentas, que no respeta las reglas y desprecia las instituciones.	Otro es el del populismo autoritario, que no rinde cuentas, que no respeta las reglas y desprecia las instituciones.	Otro es el del <u>populismo autoritario</u> , que no rinde cuentas, que no respeta las reglas y desprecia las instituciones.	Otro es el del populismo autoritario, que no rinde cuentas, que no respeta las reglas y desprecia las instituciones.	Otro es el del populismo autoritario, que <u>no rinde cuentas, que no respeta</u> las reglas y <u>desprecia</u> las instituciones. Presente	Igual que en el párrafo anterior, EPN no nombra de forma directa al blanco de su mensaje, pero por la característica <i>populista autoritaria</i> con la que fue identificado por algunos, se trata de Andrés Manuel López Obrador, candidato del Partido	Con este párrafo y con el anterior, se hace notorio que EPN decidió desacreditar a sus contrincantes más cercanos (el del PRD y la del PAN), ya que a pesar de haber hablado de <i>cuatro caminos</i> , no menciona a Gabriel Quadri de la Torre del Partido Nueva Alianza (PANAL); además, en este

Párrafo 18/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012					de la Revolución Democrática (PRD).	párrafo resalta también las características negativas que le fueron dadas a López Obrador. Por ello es que otra vez emplea sólo el tiempo presente, como esa acción que un presente también sería catastrófica para México.
¡Sí se puede!	¡Sí se puede!	¡Sí se puede!	¡Sí se puede!	¡Sí <u>se puede!</u> Presente	Con esta sola frase, afirma que con su triunfo se logrará ese gobierno utópico que esperan tener los presentes en su acto de cierre de campaña.	Una afirmación como <i>sí se puede</i> , invita nuevamente a las personas a darle su voto, y no permitir que los otros dos caminos catastróficos a los que hizo mención lleguen a la silla presidencial. El tiempo verbal presente, se manifiesta de nuevo para indicar esa acción como un ahora, no un pasado ni futuro, sino algo actual.
Párrafo 19/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012						
Los mexicanos ya no quieren más de lo mismo y menos dar un salto al vacío; la gran mayoría de los mexicanos apoyan nuestro proyecto, un proyecto incluyente, comprometido y democrático, un	Los mexicanos ya no quieren más de lo mismo y menos dar un salto al vacío; la gran mayoría de los mexicanos apoyan nuestro proyecto, un proyecto incluyente, comprometido y democrático, un proyecto	Los mexicanos ya no quieren más de lo mismo y menos dar un salto al vacío; la gran mayoría de los mexicanos apoyan nuestro proyecto, un proyecto incluyente, comprometido y democrático , un proyecto responsable , con rumbo y liderazgo.	Los mexicanos ya no quieren más de lo mismo y menos dar un salto al vacío; la gran mayoría de los mexicanos apoyan nuestro proyecto, un proyecto incluyente, comprometido y democrático, un proyecto responsable, con rumbo y liderazgo.	Los mexicanos ya no quieren más de lo mismo y menos dar un salto al vacío; la gran mayoría de los mexicanos apoyan nuestro proyecto, un proyecto incluyente, comprometido y democrático, un proyecto	En este párrafo, EPN alude por primera vez a las personas que no se encuentran cercanas a su campaña, pues aquí menciona a <i>la gran mayoría</i> de los mexicanos, aunque no menciona específicamente el porcentaje o algún dato aún más contundente.	La inclusión del hablante se encuentra manifestada al aludir al proyecto del PRI como un proyecto de todos los mexicanos, al que magnifica calificándolo como incluyente, comprometido, democrático y responsable, dando estos adjetivos después de la repetición de la palabra <i>proyecto</i> , menciona a la mayoría de los mexicanos en

<p>proyecto responsable, con rumbo y liderazgo.</p> <p>Párrafo 20/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>responsable, con rumbo y liderazgo.</p>			<p>responsable, con rumbo y liderazgo.</p> <p>Presente</p>		<p>presente, aunque esta vez no los incluye a todos.</p>
<p>Lo que propongo es un nuevo camino para México, de paz, progreso y crecimiento; y el nuestro es un cambio seguro con estabilidad para ustedes y sus familias, para que sus familias ganen más, un cambio para que se valore más su trabajo, para que reciban mejores ingresos en su empleo o en su negocio, un cambio para que el precio de los alimentos deje de subir, un cambio para que paguen menos por</p>	<p>Lo que propongo es un nuevo camino para México, de paz, progreso y crecimiento; y el nuestro es un cambio seguro con estabilidad para ustedes y sus familias, para que sus familias ganen más, un cambio para que se valore más su trabajo, para que reciban mejores ingresos en su empleo o en su negocio, un cambio para que el precio de los alimentos deje de subir, un cambio para que paguen menos por la luz eléctrica, para</p>	<p>Lo que propongo es un nuevo camino para México, de paz, progreso y crecimiento; y el nuestro es un cambio seguro con estabilidad para ustedes y sus familias, para que sus familias ganen más, un cambio para que se valore más su trabajo, para que reciban mejores ingresos en su empleo o en su negocio, un cambio para que el precio de los alimentos deje de subir, un cambio para que paguen menos por la luz eléctrica, para que tengan vales de medicina y las madres trabajadoras cuenten con un</p>	<p>Lo que propongo es un nuevo camino para México, de paz, progreso y crecimiento; y el nuestro es un cambio seguro con estabilidad para ustedes y sus familias, para que sus familias ganen más, un cambio para que se valore más su trabajo, para que reciban mejores ingresos en su empleo o en su negocio, un cambio para que el precio de los alimentos deje de subir, un cambio para que paguen menos por la luz eléctrica, para que tengan vales de medicina y las madres trabajadoras cuenten con un seguro de vida que</p>	<p>Lo que propongo es un nuevo camino para México, de paz, progreso y crecimiento; y el nuestro es un cambio seguro con estabilidad para ustedes y sus familias, para que sus familias ganen más, un cambio para que se valore más su trabajo, para que reciban mejores ingresos en su empleo o en su negocio, un cambio para que el precio de los alimentos deje de subir, un cambio para que paguen menos por la luz eléctrica, para</p>	<p>Lo que EPN desglosa en este párrafo de lista de propuestas, refleja nuevamente todo aquello que desacredita el gobierno de Felipe Calderón, ya que hizo mención de los puntos débiles criticados de 2006 a 2012. Incluso el enfatizar en el precio de la luz eléctrica significa una alusión al problema de la desaparición de Luz y Fuerza del Centro.</p>	<p>Únicamente se incluye al inicio del párrafo en el que menciona un camino común a seguir, en el que esta vez, todas las acciones van encaminadas a sus receptores. Esto puede significar tanto simples promesas de campaña como el hecho de que el candidato presidencial no carece de las cosas que ha mencionado, que por cierto, en cuestión de tiempos verbales reflejan meras aspiraciones o deseos, al ser éste uno de los usos de la conjugación en el modo subjuntivo. Reafirma la idea seguir con ese <i>nuevo camino</i> al que ya ha referido con anterioridad, así mismo, habla de un <i>cambio seguro</i> que seguramente tapanía los errores que menciona del gobierno anterior.</p>

<p>la luz eléctrica, para que tengan vales de medicina y las madres trabajadoras cuenten con un seguro de vida que garantice y dé seguridad a sus hijos en caso de faltar.</p> <p>Párrafo 21/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>que tengan vales de medicina y las madres trabajadoras cuenten con un seguro de vida que garantice y dé seguridad a sus hijos en caso de faltar.</p>	<p>seguro de vida que garantice y dé seguridad a sus hijos en caso de faltar.</p>	<p>garantice y dé seguridad a sus hijos en caso de faltar.</p>	<p>que tengan vales de medicina y las madres trabajadoras cuenten con un seguro de vida que garantice y dé seguridad a sus hijos en caso de faltar.</p> <p>Presente (indicativo y subjuntivo).</p>		
<p>Un cambio para que sus hijos reciban útiles escolares, y los jóvenes, quienes animan y dan vigor a este proyecto, cuenten con más becas escolares y de transporte para continuar sus estudios.</p> <p>Párrafo 22/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>Un cambio para que sus hijos reciban útiles escolares, y los jóvenes, quienes animan y dan vigor a este proyecto, cuenten con más becas escolares y de transporte para continuar sus estudios.</p>	<p>Un cambio para que sus hijos reciban útiles escolares, y los jóvenes, quienes animan y dan vigor a este proyecto, cuenten con más becas escolares y de transporte para continuar sus estudios.</p>	<p>Un cambio para que sus hijos reciban útiles escolares, y los jóvenes, quienes animan y dan vigor a este proyecto, cuenten con más becas escolares y de transporte para continuar sus estudios.</p>	<p>Un cambio para que sus hijos reciban útiles escolares, y los jóvenes, quienes animan y dan vigor a este proyecto, cuenten con más becas escolares y de transporte para continuar sus estudios.</p> <p>Presente (indicativo y subjuntivo).</p>	<p>Sabiendo también algunas otras de las deficiencias que el país tiene, en este caso en materia de educación, promete ahora sobre esta cuestión, de esta manera se apela a que las personas se sientan seguras en terrenos frágiles.</p>	<p>En este párrafo no está incluido el hablante, sino que continúa prometiendo sólo a los receptores. No magnifica ni universaliza; continúa empleando el subjuntivo que no deja nada como una certeza sino sólo en un plano aspiracional. Se promete sobre aquello que se considera como de lo más escaso en el país.</p>

<p>Un cambio para establecer un Sistema de Seguridad Social Universal en el que todos tengan acceso real a la salud, haya seguro de desempleo y de invalidez y todos nuestros adultos mayores reciban una pensión para su retiro a partir de los 65 años.</p> <p>Párrafo 23/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>Un cambio para establecer un Sistema de Seguridad Social Universal en el que todos tengan acceso real a la salud, haya seguro de desempleo y de invalidez y todos nuestros adultos mayores reciban una pensión para su retiro a partir de los 65 años.</p>	<p>Un cambio para establecer un Sistema de Seguridad Social Universal en el que todos tengan acceso real a la salud, haya seguro de desempleo y de invalidez y todos nuestros adultos mayores reciban una pensión para su retiro a partir de los 65 años.</p>	<p>Un cambio para establecer un Sistema de Seguridad Social Universal en el que todos tengan acceso real a la salud, haya seguro de desempleo y de invalidez y todos nuestros adultos mayores reciban una pensión para su retiro a partir de los 65 años.</p>	<p>Un cambio para establecer un Sistema de Seguridad Social Universal en el que todos tengan acceso real a la salud, haya seguro de desempleo y de invalidez y todos nuestros adultos mayores reciban una pensión para su retiro a partir de los 65 años.</p> <p>Presente subjuntivo</p>	<p>Cuando EPN menciona acceso <i>real</i> a la salud, hace también alusión a los gobiernos panistas que establecieron el <i>Seguro Popular</i>, sistema con el cual hay personas que siguen quedando fuera de los sistemas de seguridad social, y promete, además, seguros de desempleos y pensiones que fueron establecidas por López Obrador en el Distrito Federal.</p>	<p>Se continúa hablando en tiempo presente, aunque en el modo subjuntivo que gramaticalmente representa aspiraciones o deseos, se hace referencia indirecta hacia los gobiernos del PAN y hacia el candidato del PRD, universaliza asegurando que todos tendrán acceso a servicios de gobierno, y que todos los adultos mayores contarán con pensión (cosa que está establecida en el Distrito Federal).</p>
<p>Mi compromiso es que los mexicanos ganen más, que lo que ganen les alcance para más, les permita de mejor manera cubrir las necesidades de sus familias. Darle valor al trabajo de cada mexicano, es</p>	<p>Mi compromiso es que los mexicanos ganen más, que lo que ganen les alcance para más, les permita de mejor manera cubrir las necesidades de sus familias. Darle valor al trabajo de cada mexicano, es darle valor a</p>	<p>Mi compromiso es que los mexicanos ganen más, que lo que ganen les alcance para más, les permita de mejor manera cubrir las necesidades de sus familias. Darle valor al trabajo de cada mexicano, es darle valor a todo México.</p>	<p>Mi compromiso es que los mexicanos ganen más, que lo que ganen les alcance para más, les permita de mejor manera cubrir las necesidades de sus familias. Darle valor al trabajo de cada mexicano, es darle valor a todo México.</p>	<p>Mi compromiso es que los mexicanos ganen más, que lo que ganen les alcance para más, les permita de mejor manera cubrir las necesidades de sus familias. Darle valor al trabajo de cada mexicano, es</p>	<p>En este párrafo, EPN no se incluye en su alusión al salario, hace ver que son esos mexicanos que le darán su voto los que no ganan un salario justo, esto referiría nuevamente al gobierno de Calderón, no obstante, el excluirse de ese discurso, también alude a su futuro gobierno.</p>	<p>Continúa empleando el modo subjuntivo en tiempo presente, lo cual deja ver que su discurso sigue basado en deseos y aspiraciones, la inclusión estuvo utilizada sólo para reiterar un compromiso, pero en la mención al salario y las necesidades familiares se excluye usando sólo la tercera persona, universaliza en la cuestión referida al trabajo.</p>

<p>darle valor a todo México.</p> <p>Párrafo 24/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>todo México.</p>			<p>darle valor a todo México.</p> <p>Presente (indicativo y subjuntivo).</p>		
<p>Tengo muy claro que quien aspira a ser Presidente de la República tiene la obligación de escuchar y gobernar con todos y para todos. En esta elección no habrá derrotados, porque con este proyecto, el que encabezo, todo México va a ganar.</p> <p>Párrafo 25/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>Tengo muy claro que quien aspira a ser Presidente de la República tiene la obligación de escuchar y gobernar con todos y para todos. En esta elección no habrá derrotados, porque con este proyecto, el que encabezo, todo México va a ganar.</p>	<p>Tengo muy claro que quien aspira a ser Presidente de la República tiene la obligación de escuchar y gobernar con todos y para todos. En esta elección no habrá derrotados, porque con este proyecto, el que encabezo, todo México va a ganar.</p>	<p>Tengo muy claro que quien aspira a ser Presidente de la República tiene la obligación de escuchar y gobernar con todos y para todos. En esta elección no habrá derrotados, porque con este proyecto, el que encabezo, todo México va a ganar.</p>	<p>Tengo muy claro que quien aspira a ser Presidente de la República tiene la obligación de escuchar y gobernar con todos y para todos. En esta elección no habrá derrotados, porque con este proyecto, el que encabezo, todo México va a ganar.</p> <p>Presente Futuro</p>	<p>En la aseveración hecha sobre que no habrá derrotados, refiere a los candidatos de los partidos de oposición y a su público, a quien asegura incluir en sus propuestas de campaña.</p>	<p>En este párrafo, EPN se incluye en el discurso para referir lo que asegura tener en claro, no obstante, emplea la tercera persona para mencionar la obligación primordial de un aspirante a gobernar la República Mexicana, lo que lleva a reflexionar sobre si es real el compromiso que este candidato asume, emplea el tiempo futuro sólo para indicar que los candidatos de oposición y su público no pierden la elección y que están incluidos en su propuesta de campaña, en la cual, universaliza, todo el país sería triunfador. Magnifica sólo cuando hace mención al entendimiento que tiene sobre sus obligaciones como aspirante al gobierno.</p>
<p>Propongo a la nación ejercer una Presidencia</p>	<p>Propongo a la nación ejercer una Presidencia plenamente</p>	<p>Propongo a la nación ejercer una Presidencia plenamente</p>	<p>Propongo a la nación ejercer una Presidencia plenamente</p>	<p>Propongo a la nación ejercer una Presidencia plenamente</p>	<p>Al reiterar que pretende escuchar a todos e incluir a todos, afirma que en</p>	<p>Aquí, la inclusión del hablante aparece para la reiteración de las propuestas de campaña,</p>

<p>plenamente democrática. Soy parte de una generación que ha crecido en la democracia y aspiro a ser un presidente que gobierne respetando las libertades, escuchando a todos e incluyendo las voces de todos.</p> <p>Párrafo 26/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>democrática. Soy parte de una generación que ha crecido en la democracia y aspiro a ser un presidente que gobierne respetando las libertades, escuchando a todos e incluyendo las voces de todos.</p>	<p>democrática. Soy parte de una generación que ha crecido en la democracia y aspiro a ser un presidente que gobierne respetando las libertades, escuchando a todos e incluyendo las voces de todos.</p>	<p>democrática. Soy parte de una generación que ha crecido en la democracia y aspiro a ser un presidente que gobierne respetando las libertades, escuchando a todos e incluyendo las voces de todos.</p>	<p>democrática. Soy parte de una generación que ha crecido en la democracia y aspiro a ser un presidente que gobierne respetando las libertades, escuchando a todos e incluyendo las voces de todos.</p> <p>Presente (indicativo y subjuntivo) Antepresente</p>	<p>gobiernos anteriores al que él aspira a llegar no han puesto atención en el total de personas.</p>	<p>magnifica el sentido de la democracia, aludiendo a que anteriormente al gobierno que se propone no existía como tal una democracia, reafirma que en su proyecto incluye a todos los mexicanos, y sin embargo, vuelve a utilizar el presente subjuntivo en la aspiración al respeto de las libertades y la inclusión del público mencionado.</p>
<p>Voy a gobernar con unidad democrática, para construir los acuerdos y las reformas que necesita el país, voy a gobernar con unidad democrática para darle resultados a la gente.</p>	<p>Voy a gobernar con unidad democrática, para construir los acuerdos y las reformas que necesita el país, voy a gobernar con unidad democrática para darle resultados a la gente.</p>	<p>Voy a gobernar con unidad democrática, para construir los acuerdos y las reformas que necesita el país, voy a gobernar con unidad democrática para darle resultados a la gente.</p>	<p>Voy a gobernar con unidad democrática, para construir los acuerdos y las reformas que necesita el país, voy a gobernar con unidad democrática para darle resultados a la gente.</p>	<p>Voy a gobernar con unidad democrática, para construir los acuerdos y las reformas que necesita el país, voy a gobernar con unidad democrática para darle resultados a la gente.</p> <p>Presente</p>	<p>EPN asevera trabajar con <i>unidad democrática</i>, lo cual reitera que el candidato refiere a que los otros gobiernos no han tenido tal unidad ni han planteado reformas en mejora del país, el que lo repita por segunda ocasión pretende que las personas crean en ese resultado prometido.</p>	<p>Este párrafo tiene un uso anafórico de la frase <i>voy a gobernar con unidad democrática</i> con el fin de reiterar esta frase a los asistentes al cierre de campaña, emplea el tiempo presente pues vuelve a limitarse a sus propuestas de campaña dichas al momento.</p>

<p>Párrafo 27/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>						
<p>Vamos a ganar para transformar a México, vamos a ganar para acabar con el miedo y recobrar la esperanza; vamos a ganar para construir el país que merecen nuestros hijos.</p> <p>Párrafo 28/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>Vamos a ganar para transformar a México, vamos a ganar para acabar con el miedo y recobrar la esperanza; vamos a ganar para construir el país que merecen nuestros hijos.</p>	<p>Vamos a ganar para transformar a México, vamos a ganar para acabar con el miedo y recobrar la esperanza; vamos a ganar para construir el país que merecen nuestros hijos.</p>	<p>Vamos a ganar para transformar a México, vamos a ganar para acabar con el miedo y recobrar la esperanza; vamos a ganar para construir el país que merecen nuestros hijos.</p>	<p>Vamos a ganar para transformar a México, vamos a ganar para acabar con el miedo y recobrar la esperanza; vamos a ganar para construir el país que merecen nuestros hijos.</p> <p>Presente</p>	<p>Alude una vez más al gobierno de Felipe Calderón, puesto que habla de <i>acabar con el miedo y recobrar la esperanza</i>, algo que también se comentó constantemente durante tal sexenio, también menciona nuevamente la propuesta de <i>transformar a México</i> (nunca agregando algún adjetivo a esto).</p>	<p>EPN se incluye en este discurso de manera anafórica con la frase <i>vamos a ganar para</i> y algún complemento a su oración que tiene que ver con todo lo que las personas criticaron respecto al gobierno de Felipe Calderón, se dirige a aquellos adultos que ven por el porvenir de sus hijos, y esta vez sólo utiliza el tiempo presente para referir a su propuesta.</p>
<p>Señoras y señores, jóvenes que están aquí presentes, somos parte del PRI que viene.</p>	<p>Señoras y señores, jóvenes que están aquí presentes, somos parte del PRI que viene.</p>	<p>Señoras y señores, jóvenes que están aquí presentes, somos parte del PRI que viene.</p>	<p>Señoras y señores, jóvenes que están aquí presentes, somos parte del PRI que viene.</p>	<p>Señoras y señores, jóvenes que están aquí presentes, somos parte del PRI que viene.</p> <p>Presente</p>	<p>Excluye de esta frase a quienes no están presentes en su acto de cierre de campaña (tanto público, como a los mismos candidatos de oposición), alude al nuevo PRI que logró recuperar presidencias municipales, gobiernos estatales, diputaciones, senadurías y próximamente, la</p>	<p>En esta frase, están excluidos del discurso algunos agentes que fueron mencionados con anterioridad, pues sólo refiere a <i>señoras, señores y jóvenes</i>, además, excluye también a los no presentes en su acto de cierre de campaña o que se encuentran en otro evento de sus contrincantes, el no incluir adjetivos para la mención <i>el PRI que viene</i>, tampoco deja claro el objetivo de su futuro</p>

Párrafo 29/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012					presidencia de la República.	como presidente de México, aunque se incluye como parte de ese “nuevo PRI” que mencionó, continúa usando el tiempo presente como una realidad próxima en la que se puede inferir que se asume ya como ganador de la contienda electoral.
Señoras y señores, dentro de tres días concluye nuestra campaña política.	Señoras y señores, dentro de tres días concluye nuestra campaña política.	Señoras y señores, dentro de tres días concluye nuestra campaña política.	Señoras y señores, dentro de tres días concluye nuestra campaña política.	Señoras y señores, dentro de tres días concluye nuestra campaña política. Presente	Esta frase excluye aún más puesto que sólo menciona a <i>señoras y señores</i> , es una pausa sólo para invitar a votar pues menciona la conclusión de la campaña.	En este párrafo se incluye el hablante al hacer mención de una campaña política que pertenece tanto a éste como a todos los presentes en el acto; a pesar de ser un señalamiento futuro, utiliza el verbo concluir en presente como una observación próxima al momento de emitir el voto, lo cual también refiere a una invitación a estar pendientes de la fecha de la elección.
Párrafo 30/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012						
Estamos muy motivados, estamos por llegar a la meta. Cumplí mi palabra y la cumplimos todos quienes hacemos este proyecto; ofrecimos una	Estamos muy motivados, estamos por llegar a la meta. Cumplí mi palabra y la cumplimos todos quienes hacemos este proyecto; ofrecimos una	Estamos muy motivados , estamos por llegar a la meta. Cumplí mi palabra y la cumplimos todos quienes hacemos este proyecto; ofrecimos una campaña de ideas, propuestas y lo más importante	Estamos muy motivados, estamos por llegar a la meta. Cumplí mi palabra y la cumplimos todos quienes hacemos este proyecto; ofrecimos una campaña de ideas, propuestas y lo más importante	Estamos muy motivados, estamos por llegar a la meta. Cumplí mi palabra y la cumplimos todos quienes hacemos este proyecto; ofrecimos una	Enlazando con la idea del párrafo anterior, EPN menciona nuevamente la fecha de la elección, lo cual se transforma en otra invitación a votar, no obstante, algo que hay que observar claramente en este párrafo, es que	Aquí se puede observar reiteradamente la inclusión del hablante, que invita a todo su público a votar por él en la fecha que indica (1 de julio), magnifica su sentir a través de la construcción adverbial <i>muy motivados</i> , para mostrar alegría y entusiasmo en el cierre de

<p>campana de ideas, propuestas y lo más importante de compromisos, y eso es justamente lo que he venido haciendo. Gracias a ustedes, gracias a su fortaleza nuestra propuesta sigue firme y sólida para llegar a la victoria el 1° de julio.</p> <p>Párrafo 31/50 Cierre de campana EPN 24-06-2012</p>	<p>campana de ideas, propuestas y lo más importante de compromisos, y eso es justamente lo que he venido haciendo. Gracias a ustedes, gracias a su fortaleza nuestra propuesta sigue firme y sólida para llegar a la victoria el 1° de julio.</p>	<p>de compromisos, y eso es justamente lo que he venido haciendo. Gracias a ustedes, gracias a su fortaleza nuestra propuesta sigue firme y sólida para llegar a la victoria el 1° de julio.</p>	<p>de compromisos, y eso es justamente lo que he venido haciendo. Gracias a ustedes, gracias a su fortaleza nuestra propuesta sigue firme y sólida para llegar a la victoria el 1° de julio.</p>	<p>campana de ideas, propuestas y lo más importante de compromisos, y eso es justamente lo que he venido haciendo. Gracias a ustedes, gracias a su fortaleza nuestra propuesta sigue firme y sólida para llegar a la victoria el 1° de julio.</p> <p>Presente Pasado Antepresente</p>	<p>asegura haber cumplido con el objetivo de su campana, el cual se basó en ofrecer ideas, propuestas y compromisos, no asegurando que con esto se cumpla ello durante su gobierno.</p>	<p>campana, pero, algo a lo que conviene prestar más atención en este párrafo, es al uso de los verbos: se emplea el tiempo presente sólo para referir a la campana y al objetivo del voto, no obstante, emplea en esta sección el tiempo pasado, pocas veces utilizado. Recordando que el tiempo pasado se utiliza para acciones que no volverán a ocurrir, se observa que EPN da por concluido el objetivo de su campana: OFRECER ideas, propuestas y compromisos, lo cual, asegura bien, es lo que ha hecho durante toda su campana, (sólo ofrecerlos, no necesariamente llevarlos a cabo, pues la implicación del tiempo pasado es así), y menciona, en presente, que la propuesta sigue pero sólo hasta llegar a un fin dicho por él mismo: <i>llegar a la victoria el 1° de julio</i>.</p>
<p>En todo momento hicimos una campana propositiva, que respeta a la</p>	<p>En todo momento hicimos una campana propositiva, que respeta a la sociedad</p>	<p>En todo momento hicimos una campana propositiva, que respeta a la sociedad mexicana, que</p>	<p>En todo momento hicimos una campana propositiva, que respeta a la sociedad mexicana, que respeta la ley,</p>	<p>En todo momento hicimos una campana propositiva, que respeta a la sociedad</p>	<p>Reitera, hizo una campana propositiva (sólo propositiva), dentro del marco legal permitido.</p>	<p>Se incluye como hablante nuevamente con el objetivo de referir a todo el acto de campana, magnifica los objetivos y el marco con el que</p>

<p>sociedad mexicana, que respeta la ley, que conoce a las instituciones y promueve la unidad de todos los mexicanos.</p> <p>Párrafo 32/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>mexicana, que respeta la ley, que conoce a las instituciones y promueve la unidad de todos los mexicanos.</p>	<p>respeta la ley, que conoce a las instituciones y promueve la unidad de todos los mexicanos.</p>	<p>que conoce a las instituciones y promueve la unidad de todos los mexicanos.</p>	<p>mexicana, que respeta la ley, que conoce a las instituciones y promueve la unidad de todos los mexicanos.</p> <p>Pasado Presente</p>		<p>se rodean los elementos que abarca la campaña, universaliza el hecho de que, indica, en todo momento se hizo una campaña propositiva, siendo que ni siquiera estuvo presente en “todo momento”, tal como lo dice, un claro ejemplo fue el debate organizado por el grupo “YoSoy132”, vuelve a emplear el tiempo pasado, refiriendo inmediatamente a esa campaña sólo propositiva que está por concluir, el presente sólo usa para explicar hacia qué se dirigió su campaña.</p>
<p>Somos un proyecto moderno que promueve y respalda los valores democráticos e impulsa la transparencia y rendición de cuentas.</p> <p>Párrafo 33/50 Cierre de campaña</p>	<p>Somos un proyecto moderno que respalda los valores democráticos e impulsa la transparencia y rendición de cuentas.</p>	<p>Somos un proyecto moderno que promueve y respalda los valores democráticos e impulsa la transparencia y rendición de cuentas.</p>	<p>Somos un proyecto moderno que respalda los valores democráticos e impulsa la transparencia y rendición de cuentas.</p>	<p>Somos un proyecto moderno que promueve y respalda los valores democráticos e impulsa la transparencia y rendición de cuentas.</p> <p>Presente</p>	<p>En esta ocasión, alude a los gobiernos criticados del viejo PRI —sobre los que muchas personas manifestaron su preocupación para decidir si otorgar o no su voto a EPN—, pues habla sobre promover valores democráticos (que no tuvo el PRI), e impulsar la transparencia y la rendición de cuentas (algo que se llevó a cabo hasta los gobiernos del PAN).</p>	<p>El hablante se incluye otra vez en la mención a su campaña, aunque también al proyecto del nuevo PRI, mismo que magnifica haciendo mención de lo que antes carecía este partido político y que, se supone, tiene contemplado en sus nuevos estatutos. Sólo utiliza el tiempo presente pues habla de sus propuestas de campaña.</p>

<p>EPN 24-06-2012</p> <p>Sabemos competir, ganar y también sabemos gobernar en democracia.</p> <p>Párrafo 34/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>Sabemos competir, ganar y también sabemos gobernar en democracia.</p>	<p>Sabemos competir, ganar y también sabemos gobernar en democracia.</p>	<p>Sabemos competir, ganar y también sabemos gobernar en democracia.</p>	<p>Sabemos competir, ganar y también sabemos gobernar en democracia.</p> <p>Presente</p>	<p>Anafóricamente, habla de lo que su proyecto y él <i>saben</i> hacer, tal como competir y ganar (no perder).</p>	<p>El hablante continúa incluido en el discurso de lo que se ha hecho con la campaña, hace un uso anafórico del verbo saber en presente (sigue usando este tiempo para el momento justo de la campaña), para mencionar los objetivos que se tienen como competir para ganar, no para perder como sí ocurrirá desde su perspectiva con sus contrincantes.</p>
<p>Somos todas y todos la opción que asume compromisos y ve hacia adelante. A todos ustedes, a todos los que nos escuchan, a todos los mexicanos que comparten nuestra causa, les digo una cosa: siéntanse orgullosos, siéntanse orgullosos porque su voto va a cambiar a México.</p>	<p>Somos todas y todos la opción que asume compromisos y ve hacia adelante. A todos ustedes, a todos los que nos escuchan, a todos los mexicanos que comparten nuestra causa, les digo una cosa: siéntanse orgullosos, siéntanse orgullosos porque su voto va a cambiar a México.</p>	<p>Somos todas y todos la opción que asume compromisos y ve hacia adelante. A todos ustedes, a todos los que nos escuchan, a todos los mexicanos que comparten nuestra causa, les digo una cosa: siéntanse orgullosos, siéntanse orgullosos porque su voto va a cambiar a México.</p>	<p>Somos todas y todos la opción que asume compromisos y ve hacia adelante. A todos ustedes, a todos los que nos escuchan, a todos los mexicanos que comparten nuestra causa, les digo una cosa: siéntanse orgullosos, siéntanse orgullosos porque su voto va a cambiar a México.</p>	<p>Somos todas y todos la opción que asume compromisos y ve hacia adelante. A todos ustedes, a todos los que nos escuchan, a todos los mexicanos que comparten nuestra causa, les digo una cosa: siéntanse orgullosos, siéntanse orgullosos porque su voto va a cambiar a México.</p>	<p>Aquí se puede observar que el candidato nuevamente refiere el asumir compromisos, sin afirmar que todo ello se cumplirá, excluye nuevamente a los que no se encuentran apoyando su campaña pues sólo llama a los que comparten su causa, no especifica el cambio de México al que nombra.</p>	<p>La inclusión del hablante es nuevamente sólo para el acto de campaña en sí, magnifica la acción de votar por el PRI al usar el agresivo modo imperativo verbal (que ordena) para infundir un sentimiento de orgullo en los que otorgarán su voto hacia él y su partido político; universaliza sólo al grupo de personas presentes en su acto de campaña y a aquellos otros seguidores del PRI, quizá con ello trata de decir que no podrán sentirse orgullosos los que no le dan su voto a él. Usa el tiempo presente para referir a su campaña, pero usa el modo</p>

Párrafo 35/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012				Presente (indicativo e imperativo)		imperativo para una orden directa hacia sus seguidores, disfrazado del sentimiento de orgullo, les da la clara indicación de votar por él, por ese cambio de México (que jamás se menciona si es necesariamente bueno).
Siéntanse orgullosos porque su voto es por el futuro de México. Juntos vamos a dejar atrás las prácticas de la vieja política, éste es un proyecto comprometido con la democracia, la libertad y la transparencia.	Siéntanse orgullosos porque su voto es por el futuro de México. Juntos vamos a dejar atrás las prácticas de la vieja política, éste es un proyecto comprometido con la democracia, la libertad y la transparencia.	Siéntanse orgullosos porque su voto es por el futuro de México. Juntos vamos a dejar atrás las prácticas de la vieja política, éste es un proyecto comprometido con la democracia, la libertad y la transparencia.	Siéntanse orgullosos porque su voto es por el futuro de México. Juntos vamos a dejar atrás las prácticas de la vieja política, éste es un proyecto comprometido con la democracia, la libertad y la transparencia.	Siéntanse orgullosos porque su voto es por el futuro de México. Juntos vamos a dejar atrás las prácticas de la vieja política, éste es un proyecto comprometido con la democracia, la libertad y la transparencia.	En este párrafo alude nuevamente al viejo PRI y a los gobiernos del PAN al hacer referencia a las <i>viejas prácticas de la política</i> , pero abre paso a pensar de qué trata entonces la <i>nueva política</i> .	El uso imperativo del verbo sentir en la segunda persona del plural lleva incluida la orden de ir a votar en la fecha de la elección, el hablante se incluye como líder de un grupo que dejará <i>atrás</i> la vieja política, sin que se aclare cuál es el objetivo de una nueva política. Magnífica el objetivo de la campaña atribuyéndole el adjetivo <i>comprometido</i> a su proyecto.
Párrafo 36/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012				Presente (imperativo e indicativo)		
Un voto por nuestro proyecto es un voto para servir en democracia a todos los mexicanos.	Un voto por nuestro proyecto es un voto para servir en democracia a todos los mexicanos.	Un voto por nuestro proyecto es un voto para servir en democracia a todos los mexicanos.	Un voto por nuestro proyecto es un voto para servir en democracia a todos los mexicanos.	Un voto por nuestro proyecto es un voto para servir en democracia a todos los mexicanos.	Especificar que el voto por la democracia es el mismo que por su proyecto, deja a un lado la posibilidad de pensar que votando por un candidato de	Nuevamente, el hablante se incluye para referir a su proyecto, universaliza de tal manera que hace ver que si se da un voto para su proyecto beneficiará a cada persona del

<p>Párrafo 37/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>				<p>Presente</p>	<p>oposición se dé un voto a la democracia.</p>	<p>país que <i>desea</i> vivir en democracia, con ello trata de decir que el voto dado a los candidatos de oposición no representa la democracia, cuando el simple hecho de llevar a cabo elecciones es democracia.</p>
<p>El voto de ustedes es por la paz y la libertad de todos los mexicanos, el voto por nosotros es un voto por un México incluyente y sin pobreza, el voto por el cambio con rumbo es por más educación y de calidad para todos. El voto por nuestros candidatos significa crecer, generar mejores empleos y que tu dinero te alcance para más.</p> <p>Párrafo 38/50 Cierre de campaña</p>	<p>El voto de ustedes es por la paz y la libertad de todos los mexicanos, el voto por nosotros es un voto por un México incluyente y sin pobreza, el voto por el cambio con rumbo es por más educación y de calidad para todos. El voto por nuestros candidatos significa crecer, generar mejores empleos y que tu dinero te alcance para más.</p>	<p>El voto de ustedes es por la paz y la libertad de todos los mexicanos, el voto por nosotros es un voto por un México incluyente y sin pobreza, el voto por el cambio con rumbo es por más educación y de calidad para todos. El voto por nuestros candidatos significa crecer, generar mejores empleos y que tu dinero te alcance para más.</p>	<p>El voto de ustedes es por la paz y la libertad de todos los mexicanos, el voto por nosotros es un voto por un México incluyente y sin pobreza, el voto por el cambio con rumbo es por más educación y de calidad para todos. El voto por nuestros candidatos significa crecer, generar mejores empleos y que tu dinero te alcance para más.</p>	<p>El voto de ustedes es por la paz y la libertad de todos los mexicanos, el voto por nosotros es un voto por un México incluyente y sin pobreza, el voto por el cambio con rumbo es por más educación y de calidad para todos. El voto por nuestros candidatos significa crecer, generar mejores empleos y que tu dinero te alcance para más.</p> <p>Presente (indicativo y</p>	<p>El párrafo se encuentra lleno de propuestas de campaña alusivas al fracaso del gobierno de Calderón. Además, aquí no sólo invita a votar por él sino por otros candidatos del PRI.</p>	<p>Se reitera la invitación a votar tanto por EPN como por otros candidatos del PRI; magnifica su discurso atribuyendo adjetivos para sus propuestas de campaña. No obstante, aparece nuevamente la utilización del modo subjuntivo; después de enlistar todas sus propuestas, supone que el dinero podría alcanzar <i>para más</i>, pero queda conjugado de esa forma, sin atreverse a afirmarlo de manera real.</p>

EPN 24-06-2012				subjuntivo).		
<p>El voto por nuestro proyecto es para que México recupere su respeto y liderazgo en el mundo. Por ello, desde aquí le pido a todos los mexicanos, a las mujeres, a los jóvenes y a los hombres de nuestro país, su voto de confianza, su voto de confianza que me permita servirle a todo México pero sobre todo, que me permita cumplirle a todos los mexicanos.</p> <p>Párrafo 39/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>El voto por nuestro proyecto es para que México recupere su respeto y liderazgo en el mundo. Por ello, desde aquí le pido a todos los mexicanos, a las mujeres, a los jóvenes y a los hombres de nuestro país, su voto de confianza, su voto de confianza que me permita servirle a todo México pero sobre todo, que me permita cumplirle a todos los mexicanos.</p>	<p>El voto por nuestro proyecto es para que México recupere su respeto y liderazgo en el mundo. Por ello, desde aquí le pido a todos los mexicanos, a las mujeres, a los jóvenes y a los hombres de nuestro país, su voto de confianza, su voto de confianza que me permita servirle a todo México pero sobre todo, que me permita cumplirle a todos los mexicanos.</p>	<p>El voto por nuestro proyecto es para que México recupere su respeto y liderazgo en el mundo. Por ello, desde aquí le pido a todos los mexicanos, a las mujeres, a los jóvenes y a los hombres de nuestro país, su voto de confianza, su voto de confianza que me permita servirle a todo México pero sobre todo, que me permita cumplirle a todos los mexicanos.</p>	<p>El voto por nuestro proyecto es para que México recupere su respeto y liderazgo en el mundo. Por ello, desde aquí le pido a todos los mexicanos, a las mujeres, a los jóvenes y a los hombres de nuestro país, su voto de confianza, su voto de confianza que me permite servirle a todo México pero sobre todo, que me permite cumplirle a todos los mexicanos.</p> <p>Presente (indicativo y subjuntivo).</p>	<p>¿Liderazgo en el mundo? Es una cuestión histórica el saber que México no posee liderazgo significativo a nivel mundial, por lo que queda en un plano vacío su mención sobre este tópico en su invitación a votar.</p>	<p>Algunos diarios internacionales criticaban el hecho de que Enrique Peña Nieto fuera a la alza en las encuestas, asegurando que México regresaría a una dictadura una vez triunfando el PRI, por lo tanto, hablar de <i>recuperar un liderazgo</i> no deja claro a qué se refiere en particular. ¿Respeto? Otros países no se han cansado de hacer mofa de la situación que se vive al interior de México, entonces ¿Qué quiere decir el candidato con recuperar <i>respeto y liderazgo</i>? El servir y cumplir sus promesas de campaña queda como promesa o aspiración al mencionarlo en modo subjuntivo.</p>
<p>Con tu voto de confianza vamos a lograr en unidad y con orgullo el México que todos</p>	<p>Con tu voto de confianza vamos a lograr en unidad y con orgullo el México que</p>	<p>Con tu voto de confianza vamos a lograr en unidad y con orgullo el México que todos queremos.</p>	<p>Con tu voto de confianza vamos a lograr en unidad y con orgullo el México que todos queremos.</p>	<p>Con tu voto de confianza vamos a lograr en unidad y con orgullo el México que</p>	<p>La frase <i>voto de confianza</i> lleva detrás otra invitación más a votar en las elecciones. Sigue sin especificar cuál es</p>	<p>La inclusión del hablante, al igual que en párrafos anteriores, aparece sólo para mencionar lo que se logrará una vez que se vote por EPN, lleva</p>

<p>queremos.</p> <p>Párrafo 40/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>todos <u>queremos.</u></p>			<p>todos <u>queremos.</u></p> <p>Presente</p>	<p>ese México que todos quieren.</p>	<p>varios párrafos haciendo invitaciones a votar, prometiendo que se tendrá un México con el que todos sueñan o quieren, sin especificar cómo será ese México.</p>
<p>Estamos sin duda, y aquí se proyecta y como aquí en varias ciudades del país, en todo México, en todo el país se ve el ánimo y el entusiasmo que hay de la gran mayoría de la sociedad mexicana. Estamos muy entusiasmados porque ustedes y millones de mexicanos más, saben que tenemos el mejor proyecto, el proyecto para que México esté mejor.</p> <p>Párrafo 41/50 Cierre de campaña</p>	<p><u>Estamos</u> sin duda, y aquí se proyecta y como aquí en varias ciudades del país, en todo México, en todo el país se ve el ánimo y el entusiasmo que hay de la gran mayoría de la sociedad mexicana. <u>Estamos</u> muy entusiasmados porque ustedes y millones de mexicanos más, saben que <u>tenemos</u> el mejor proyecto, el proyecto para que México esté mejor.</p>	<p>Estamos <u>sin duda</u>, y aquí se proyecta y como aquí en varias ciudades del país, en todo México, en todo el país se ve el ánimo y el entusiasmo que hay de <u>la gran mayoría</u> de la sociedad mexicana. Estamos <u>muy entusiasmados</u> porque <u>ustedes y millones de mexicanos más</u>, saben que tenemos <u>el mejor proyecto</u>, el proyecto para que México esté mejor.</p>	<p>Estamos sin duda, y aquí se proyecta y como aquí en varias ciudades del país, en <u>todo México</u>, en <u>todo el país</u> se ve el ánimo y el entusiasmo que hay de la gran mayoría de la sociedad mexicana. Estamos muy entusiasmados porque ustedes y millones de mexicanos más, saben que tenemos el mejor proyecto, el proyecto para que México esté mejor.</p>	<p><u>Estamos</u> sin duda, y aquí se <u>proyecta</u> y como aquí en varias ciudades del país, en todo México, en todo el país se <u>ve</u> el ánimo y el entusiasmo que <u>hay</u> de la gran mayoría de la sociedad mexicana. <u>Estamos</u> muy entusiasmados porque ustedes y millones de mexicanos más, <u>saben</u> que tenemos el mejor proyecto, el proyecto para que México <u>esté</u> mejor.</p> <p>Presente (indicativo y subjuntivo)</p>	<p>En este párrafo, se asume que no son todos los mexicanos los que están a favor del proyecto de gobierno de EPN, sin embargo, le da la razón de un <i>buen</i> voto sólo a aquellos que están apoyándolo.</p>	<p>En este párrafo, se comprueba una vez más que el candidato EPN habla sólo de un proyecto para el país, no de un hecho o una realidad. Cuando habla de <i>la gran mayoría</i> de los mexicanos, excluye otra vez a los que no apoyan su proyecto, sigue además, sin aclarar a qué se refiere con un México mejor, además de que esto lo menciona en modo subjuntivo. El tiempo presente es sólo empleado para lo que se observa en ese acto de campaña. Universaliza el entusiasmo que observa en los presentes trasladándolo a todo el país. Magnifica la reacción de los presentes así como el objetivo de su campaña, asegurando que el entusiasmo es mucho y que su proyecto es el mejor sin usar ninguna</p>

EPN 24-06-2012						comparación.
¿Se puede o no se puede? Párrafo 42/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012	¿Se puede o no se puede?	¿Se puede o no se puede?	¿Se puede o no se puede?	¿Se puede o no se puede ? Presente	En esta breve frase, pone en duda la opción de votar, pero implica nuevamente esa orden de depositar en la urna a su favor.	Una simple pregunta que pone en duda la opción de votar o no por él, pero que tras lo dicho anteriormente, representa una orden dada en tiempo presente para depositar un voto a su favor en las urnas.
Tenemos confianza en el trabajo que hemos venido realizando, pero sobre todo, en hacer una propuesta que significa compromiso con todos los mexicanos y por ello, tenemos este entusiasmo y tenemos la confianza de que es este proyecto el que se está ganando el respaldo mayoritario de la sociedad mexicana y por eso estamos convencidos,	Tenemos confianza en el trabajo que hemos venido realizando, pero sobre todo, en hacer una propuesta que significa compromiso con todos los mexicanos y por ello, tenemos y tenemos la confianza de que es este proyecto el que se está ganando el respaldo mayoritario de la sociedad mexicana y por eso estamos convencidos, estamos seguros de que vamos a ganar de manera	Tenemos confianza en el trabajo que hemos venido realizando, pero sobre todo, en hacer una propuesta que significa compromiso con todos los mexicanos y por ello, tenemos este entusiasmo y tenemos la confianza de que es este proyecto el que se está ganando el respaldo mayoritario de la sociedad mexicana y por eso estamos convencidos , estamos seguros de que vamos a ganar de manera contundente e inobjetable el próximo 1° de julio.	Tenemos confianza en el trabajo que hemos venido realizando, pero sobre todo, en hacer una propuesta que significa todos los mexicanos y por ello, tenemos este entusiasmo y tenemos la confianza de que es este proyecto el que se está ganando el respaldo mayoritario de la sociedad mexicana y por eso estamos convencidos, estamos seguros de que vamos a ganar de manera contundente e inobjetable el próximo 1° de julio.	Tenemos confianza en el trabajo que hemos venido realizando, pero sobre todo, en hacer una propuesta que significa compromiso con todos los mexicanos y por ello, tenemos este entusiasmo y tenemos la confianza de que es este proyecto el que se está ganando el respaldo mayoritario de la sociedad mexicana y por eso estamos convencidos, estamos seguros de que vamos a ganar de manera	Insiste en que se ha realizado un proyecto que aterriza solamente en una propuesta para los mexicanos, una propuesta no significa llevar a cabo la acción. Asegura el triunfo de su campaña.	La inclusión del hablante se nota utilizada en demasía para hablar de nueva cuenta de la campaña política. Magnífica su proyecto de campaña hablando de entusiasmo, de seguridad, de compromiso y de confianza, además, asegura que ganará las elecciones de manera contundente e inobjetable, recordando además la fecha de los comicios como otra alusión a acudir a votar. Asegura tener un compromiso con todos los mexicanos, pero está entre lo no dicho el que en sus líneas sólo se observe que <i>sobre todo</i> , hizo únicamente una propuesta para conseguir triunfar el 1° de julio. Emplea tiempos presente y antepresente como una realidad de su campaña enfocada a triunfar.

estamos seguros de que vamos a ganar de manera contundente e inobjetable el próximo 1° de julio. Párrafo 43/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012	contundente e inobjetable el próximo 1° de julio.			contundente e inobjetable el próximo 1° de julio. Presente Antepresente		
Vayamos a las urnas, votemos y ganemos todos. Párrafo 44/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012	<u>Vayamos</u> a las urnas, <u>votemos</u> y <u>ganemos</u> todos.	Vayamos a las urnas, votemos y ganemos todos.	Vayamos a las urnas, votemos y ganemos <u>todos</u> .	<u>Vayamos</u> a las urnas, <u>votemos</u> y <u>ganemos</u> todos. Presente (subjuntivo)	Es una nueva invitación a votar en el día de la elección, el decir que ganarán todos, significa la emisión de la orden para no votar por algún otro candidato.	Como si fuese líder de un grupo, EPN invita a las personas a votar, con lo cual, asegura, ganarán todos, aunque lo dice en presente del modo subjuntivo, lo cual lo da como suposición.
El próximo domingo, en tan sólo siete días, vamos a festejar el gran triunfo de México porque la victoria que queremos alcanzar el próximo domingo, queremos que también signifique la victoria para todos	El próximo domingo, en tan sólo siete días, <u>vamos</u> a festejar el gran triunfo de México porque la victoria que <u>queremos</u> alcanzar el próximo domingo, <u>queremos</u> que también signifique la victoria para	El próximo domingo, en <u>tan sólo siete días</u> , vamos a festejar el <u>gran triunfo</u> de México porque la victoria que queremos alcanzar el próximo domingo, queremos que también signifique la victoria para todos los mexicanos. Estamos, insisto, cada día más cerca	El próximo domingo, en tan sólo siete días, vamos a festejar el gran triunfo de México porque la victoria que queremos alcanzar el próximo domingo, queremos que también signifique la victoria para <u>todos</u> los mexicanos. Estamos, insisto, cada día más cerca	El próximo domingo, en tan sólo siete días, <u>vamos</u> a festejar el gran triunfo de México porque la victoria que <u>queremos</u> alcanzar el próximo domingo, <u>queremos</u> que también <u>signifique</u> la victoria para	Continúa invitando a las personas a votar, retoma la promesa de un <i>nuevo camino</i> como lo dijo casi al inicio de su discurso, no obstante, sólo agrega que se trata de un camino de esperanza, certidumbre y mejores condiciones, ideas que quedan en el aire pues sigue sin especificar exactamente a qué se	EPN parece estar más incluido en el discurso al final, invita a las personas a emitir su voto a su favor, magnifica el probable triunfo al que llegará dándole una categoría de grande, promete de nueva cuenta un camino distinto al que se llevaba sin aclarar en qué consiste tal camino, y usando el presente en sus modos indicativo y subjuntivo para sellar sus propuestas de

<p>los mexicanos. Estamos, insisto, cada día más cerca de alcanzar este objetivo, de emprender un nuevo camino para todos los mexicanos, un camino de esperanza, de certidumbre y de mejores condiciones para todos los mexicanos.</p> <p>Párrafo 45/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>todos los mexicanos. <u>Estamos</u>, insisto, cada día más cerca de alcanzar este objetivo, de emprender un nuevo camino para todos los mexicanos, un camino de esperanza, de certidumbre y de mejores condiciones para todos los mexicanos.</p>	<p>de alcanzar este objetivo, de emprender un <u>nuevo camino</u> para todos los mexicanos, un camino de <u>esperanza</u>, de <u>certidumbre</u> y de <u>mejores condiciones</u> para todos los mexicanos.</p>	<p>de alcanzar este objetivo, de emprender un nuevo camino para <u>todos</u> los mexicanos, un camino de esperanza, de certidumbre y de mejores condiciones para <u>todos</u> los mexicanos.</p>	<p>todos los mexicanos. <u>Estamos</u>, <u>insisto</u>, cada día más cerca de alcanzar este objetivo, de emprender un nuevo camino para todos los mexicanos, un camino de esperanza, de certidumbre y de mejores condiciones para todos los mexicanos.</p> <p>Presente (indicativo y subjuntivo)</p>	<p>refiere con tales afirmaciones.</p>	<p>campana indicando que el voto por él significa la victoria.</p>
<p>Estamos a siete días de ganar la Presidencia de la República.</p>	<p><u>Estamos</u> a siete días de ganar la Presidencia de la República.</p>	<p>Estamos a siete días de ganar la Presidencia de la República.</p>	<p>Estamos a siete días de ganar la Presidencia de la República.</p>	<p><u>Estamos</u> a siete días de ganar la Presidencia de la República.</p> <p>Presente</p>	<p>Asegura estar a una semana de ganar la Presidencia de la República, lo cual va más allá del simple triunfo, significa recuperar el poder que el PRI perdió por 12 años.</p>	<p>El hablante se incluye como vencedor de la contienda electoral, haciendo otra invitación indirecta a votar a los presentes. Durante dos sexenios, el PRI no estuvo en la presidencia, el recuperarla tras estas elecciones tiene implicaciones que van más allá de lo literal y reflejan la constante lucha por el poder</p>

Párrafo 46/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012						político, la afirmación está hecha en tiempo presente, como realidad próxima.
Hagamos de nuestra participación una fiesta de la democracia. Párrafo 47/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012	Hagamos de nuestra participación una fiesta de la democracia.	Hagamos de nuestra participación una fiesta de la democracia .	Hagamos de nuestra participación una fiesta de la democracia.	Hagamos de nuestra participación una fiesta de la democracia. Presente subjuntivo	La <i>participación</i> es otra invitación más a votar.	El referir a las elecciones federales como <i>fiesta de la democracia</i> es lanzar otra invitación y volver a las elecciones como un evento que representa felicidad y tranquilidad hacia la gente que ya no creía en la democracia, no obstante, lo menciona en presente del modo subjuntivo, generando el supuesto de la reacción de la gente al ver el resultado de tales comicios.
¡Vamos a la victoria! ¡Que viva México! ¡Que viva México! ¡Que viva México!	¡ Vamos a la victoria! ¡Que viva México! ¡Que viva México! ¡Que viva México!	¡Vamos a la victoria! ¡Que viva México! ¡Que viva México! ¡Que viva México!	¡Vamos a la victoria! ¡Que viva México! ¡Que viva México! ¡Que viva México!	¡ Vamos a la victoria! ¡Que viva viva México! ¡Que viva México! ¡Que viva México!	Un grito caracterizado con el patriotismo en el país. “¡Viva México!”, el grito que supone la libertad de un país, o al menos eso se dice cada 15 de septiembre, y lo retoma EPN para resaltar su compromiso con la nación.	El párrafo es anafórico, da un grito de triunfo asociado con la batalla de Independencia, pues éste se lleva a cabo cada 15 de septiembre, EPN complementa con ello su discurso para mostrar a la gente que lucha por el país.
Párrafo 48/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012	Gracias.	Gracias.	Gracias.	Gracias.	Un gracias sólo y generalizado para todos los presentes en su acto de cierre de campaña.	Cierra su discurso con un gracias generalizado para los presentes, aunque al final da un párrafo de agradecimiento
Gracias. Párrafo 49/50 Cierre de campaña						

EPN 24-06-2012						particular a su familia.
<p>Gracias a todas y todos ustedes por venir a este cierre de campaña en la capital del país, quiero ante ustedes reconocer el apoyo que me ha dado mi familia, mi esposa Angélica y nuestros hijos a quienes quiero pedirles que me acompañen aquí a este espacio para agradecerles a todas y todos ustedes, y a los millones de mexicanos que tienen puesta su confianza en este proyecto para servir a México, muchas gracias.</p> <p>Párrafo 50/50 Cierre de campaña EPN 24-06-2012</p>	<p>Gracias a todas y todos ustedes por venir a este cierre de campaña en la capital del país, quiero ante ustedes reconocer el apoyo que me ha dado mi familia, mi esposa Angélica y nuestros hijos a quienes quiero pedirles que me acompañen aquí a este espacio para agradecerles a todas y todos ustedes, y a los millones de mexicanos que tienen puesta su confianza en este proyecto para servir a México, muchas gracias.</p>	<p>Gracias a todas y todos ustedes por venir a este cierre de campaña en la capital del país, quiero ante ustedes reconocer el apoyo que me ha dado mi familia, mi esposa Angélica y nuestros hijos a quienes quiero pedirles que me acompañen aquí a este espacio para agradecerles a todas y todos ustedes, y a los millones de mexicanos que tienen puesta su confianza en este proyecto para servir a México, muchas gracias.</p>	<p>Gracias a todas y todos ustedes por venir a este cierre de campaña en la capital del país, quiero ante ustedes reconocer el apoyo que me ha dado mi familia, mi esposa Angélica y nuestros hijos a quienes quiero pedirles que me acompañen aquí a este espacio para agradecerles a todas y todos ustedes, y a los millones de mexicanos que tienen puesta su confianza en este proyecto para servir a México, muchas gracias.</p>	<p>Gracias a todas y todos ustedes por venir a este cierre de campaña en la capital del país, quiero ante ustedes reconocer el apoyo que me ha dado mi familia, mi esposa Angélica y nuestros hijos a quienes quiero pedirles que me acompañen aquí a este espacio para agradecerles a todas y todos ustedes, y a los millones de mexicanos que tienen puesta su confianza en este proyecto para servir a México, muchas gracias.</p> <p>Presente Antepresente</p>	<p>El mencionar en última instancia a su familia para hacerlos pasar al estrado con él, reafirma que en campaña se estuvo manejando una imagen en la que la familia fue factor fundamental en la carrera a la presidencia de EPN, una familia perfecta y casi de telenovela (incluso porque su esposa es actriz), con ello cierra la campaña atrayendo la atención de las personas.</p>	<p>Reafirma su agradecimiento a las personas que se encuentran presentes en el acto de cierre de campaña, el hablante se incluye para agradecer y mencionar a la familia. Magnifica su discurso para lanzar el agradecimiento a aquellos que lo apoyan exclusivamente pero que no están presentes en el acto de cierre de campaña. Universaliza ese mismo agradecimiento hacia todos los presentes, incluido su equipo de campaña. Utiliza el tiempo presente y el antepresente para decir sus últimas palabras antes de emplear el adverbio “muchas” en las gracias finales. En todo momento se acompañó de su familia, y lo hace notorio al final, particularmente su esposa Angélica Rivera que es famosa por ser actriz de Televisa, y que también fue foco de atención desde que inició una relación más allá de lo sentimental con el político.</p>

Tabla 8 – **Anexo.** Análisis desglosado del discurso de cierre de campaña, Andrés Manuel López Obrador. Creación propia. Discurso en versión estenográfica obtenido del portal oficial de Andrés Manuel López Obrador.

Párrafo	Inclusión del hablante	Magnificación	Universalización	Tiempos verbales	Lo no dicho	Observaciones
Amigas y amigos: Por fortuna y con el apoyo de los ciudadanos, de gente como ustedes, terminamos bien esta etapa de lucha por la transformación de México. Propios y extraños han reconocido que la nuestra, fue la mejor campaña. Visitamos de nuevo todas las regiones del país. Celebramos 136 reuniones con integrantes de sectores productivos y sociales para dar a conocer el Proyecto Alternativo de	Amigas y amigos: Por fortuna y con el apoyo de los ciudadanos, de gente como ustedes, terminamos bien esta etapa de lucha por la transformación de México. Propios y extraños han reconocido que la nuestra , fue la mejor campaña. Visitamos de nuevo todas las regiones del país. Celebramos 136 reuniones con integrantes de sectores productivos y sociales para dar a conocer el Proyecto Alternativo de Nación.	Amigas y amigos: Por fortuna y con el apoyo de los ciudadanos, de gente como ustedes, terminamos bien esta etapa de lucha por la transformación de México. Propios y extraños han reconocido que la nuestra, fue la mejor campaña. Visitamos de nuevo todas las regiones del país. Celebramos 136 reuniones con integrantes de sectores productivos y sociales para dar a conocer el Proyecto Alternativo de Nación.	Amigas y amigos: Por fortuna y con el apoyo de los ciudadanos, de gente como ustedes, terminamos bien esta etapa de lucha por la transformación de México. Propios y extraños han reconocido que la nuestra, fue la mejor campaña. Visitamos de nuevo todas las regiones del país. Celebramos 136 reuniones con integrantes de sectores productivos y sociales para dar a conocer el Proyecto Alternativo de Nación.	Amigas y amigos: Por fortuna y con el apoyo de los ciudadanos, de gente como ustedes, terminamos bien esta etapa de lucha por la transformación de México. Propios y extraños han reconocido que la nuestra, fue la mejor campaña. Visitamos de nuevo todas las regiones del país. Visitamos de nuevo todas las regiones del país. Celebramos 136 reuniones con integrantes de sectores productivos y sociales para dar a conocer el Proyecto Alternativo de Nación.	Inicia su discurso empleando el género femenino, lo que de inicio, podría situarlo como un candidato que se inmiscuye en las cuestiones de género dando el mismo valor a la mujer que al hombre. La fuerza de su campaña la atribuye a los ciudadanos. Con “extraños” se refiere a otros partidos. Quiere decir que varias veces visitó todo el país. Es notorio que para AMLO, la mención de datos duros desde el inicio del discurso puede referir credibilidad.	El hablante se incluye desde el inicio, da a los ciudadanos el valor de la campaña. Magnifica el lado positivo de la misma argumentando que fue la mejor. Usa los tiempos presente y antepresente para hablar de sucesos que pertenecen a la realidad, el pasado está empleado para mencionar acciones de la campaña que en ese momento finaliza. Universaliza mostrando que visitó todo el país como modo de acercamiento a todo el público. Emplea datos duros para darle peso al valor de su discurso, como si se corroborase una información de esta manera.

Nación. Párrafo 1/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012				Presente Antepresente Pasado		
<p>Las plazas siempre se llenaron y contamos con la participación alrededor de dos millones de ciudadanos. Mantuvimos comunicación directa con la gente más que los otros candidatos. No tuvimos ningún incidente y ni rechazo de ninguna índole. Todo se desarrolló de acuerdo a lo planeado. No cancelamos ningún acto, a pesar de que nos manejamos en aviones de línea y por carretera, sin utilizar aviones o helicópteros</p>	<p>Las plazas siempre se llenaron y contamos con la participación alrededor de dos millones de ciudadanos. Mantuvimos comunicación directa con la gente más que los otros candidatos. No tuvimos ningún incidente y ni rechazo de ninguna índole. Todo se desarrolló de acuerdo a lo planeado. No cancelamos ningún acto, a pesar de que nos manejamos en aviones de línea y por carretera, sin utilizar aviones o helicópteros particulares.</p>	<p>Las plazas siempre se llenaron y contamos con la participación alrededor de dos millones de ciudadanos. Mantuvimos comunicación directa con la gente más que los otros candidatos. No tuvimos ningún incidente y ni rechazo de ninguna índole. Todo se desarrolló de acuerdo a lo planeado. No cancelamos ningún acto, a pesar de que nos manejamos en aviones de línea y por carretera, sin utilizar aviones o helicópteros particulares.</p>	<p>Las plazas siempre se llenaron y contamos con la participación alrededor de dos millones de ciudadanos. Mantuvimos comunicación directa con la gente más que los otros candidatos. No tuvimos ningún incidente y ni rechazo de ninguna índole. Todo se desarrolló de acuerdo a lo planeado. No cancelamos ningún acto, a pesar de que nos manejamos en aviones de línea y por carretera, sin utilizar aviones o helicópteros particulares.</p>	<p>Las plazas siempre se llenaron y contamos con la participación alrededor de dos millones de ciudadanos. Mantuvimos comunicación directa con la gente más que los otros candidatos. No tuvimos ningún incidente y ni rechazo de ninguna índole. Todo se desarrolló de acuerdo a lo planeado. No cancelamos ningún acto, a pesar de que nos manejamos en aviones de línea y por carretera, sin utilizar aviones o helicópteros particulares.</p>	<p>El párrafo está enfocado en la descalificación total de Enrique Peña Nieto, al rechazo que este sufrió por parte de algunos jóvenes como los del movimiento <i>YoSoy132</i>, al evento que canceló EPN precisamente organizado por ese grupo de jóvenes (un tercer debate en el que el candidato del PRI no participó), y a los viajes que los otros candidatos realizaban en transportes particulares.</p>	<p>La inclusión del hablante abarca al equipo de campaña; las “plazas llenas” reflejarían un apoyo total que AMLO se empeñó en demostrar desde el sexenio anterior, universaliza sobre todos sus actos in que se tenga certeza de que en realidad hayan sido llevados a cabo de la forma en la que los relata. Todo el párrafo habla en un pasado inmediato anterior que corresponde a la campaña que en ese momento se está cerrando, y va en contra total del candidato del PRI, Enrique Peña Nieto.</p>

particulares.				Pasado		
Párrafo 2/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012						
Desde el inicio de la campaña hubo unidad de las fuerzas progresistas. Se resolvió bien lo de la candidatura. Marcelo Ebrard actuó a la altura de las circunstancias. Nos unimos al interior. También agradezco mucho el apoyo del ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas y de los dirigentes del Partido de la Revolución Democrática, del PT y del Movimiento Ciudadano.	Desde el inicio de la campaña hubo unidad de las fuerzas progresistas. Se resolvió bien lo de la candidatura. Marcelo Ebrard actuó a la altura de las circunstancias. Nos unimos al interior. También agradezco mucho el apoyo del ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas y de los dirigentes del Partido de la Revolución Democrática, del PT y del Movimiento Ciudadano.	Desde el inicio de la campaña hubo unidad de las fuerzas progresistas . Se resolvió bien lo de la candidatura. Marcelo Ebrard actuó a la altura de las circunstancias. Nos unimos al interior. También agradezco mucho el apoyo del ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas y de los dirigentes del Partido de la Revolución Democrática, del PT y del Movimiento Ciudadano.	Desde el inicio de la campaña hubo unidad de las fuerzas progresistas. Se resolvió bien lo de la candidatura. Marcelo Ebrard actuó a la altura de las circunstancias. Nos unimos al interior. También agradezco mucho el apoyo del ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas y de los dirigentes del Partido de la Revolución Democrática, del PT y del Movimiento Ciudadano.	Desde el inicio de la campaña hubo unidad de las fuerzas progresistas. Se resolvió bien lo de la candidatura. Marcelo Ebrard actuó a la altura de las circunstancias. Nos unimos al interior. También agradezco mucho el apoyo del ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas y de los dirigentes del Partido de la Revolución Democrática, del PT y del Movimiento Ciudadano.	Para generar empatía con la gente que podría otorgarle su voto y con aquellos que lo acompañan en su campaña, AMLO menciona directamente a personas que sabe, tienen una buena imagen y reputación ante los presentes, tal como lo hace con Ebrard y Cárdenas, a este último incluso lo llama <i>ingeniero</i> , enfatizando con ello que hay gente preparada apoyándolo (cosa que se dice, no existe en el PRI), mencionándolos a ellos omite posibles roces que hubiese como la indirecta mencionada sobre la contienda interna del PRD en donde él venció a Ebrard.	AMLO emplea menciones directas de personas y partidos políticos, ello con el fin de generar más empatía con sus receptores, quienes lo identifican con un partido político y dentro de ese partido, conocen a personas con buena reputación y un trabajo anterior notable como los de Ebrard y Cárdenas. AMLO utiliza un exceso de adjetivos y adverbios para adornar sus palabras y sucesos ocurridos en la campaña. Sus referencias no son sólo de un pasado inmediato sino de algo anterior a la campaña como la contienda interna del PRD en donde él quedó como candidato a la Presidencia de la República. El hablante incluye a todo su equipo pero hacer referencias individuales para ganar apoyo tanto de los receptores como de su mismo equipo de campaña.
Párrafo 3/36				Pasado Presente		

Cierre de campaña AMLO 25-06-2012						
Debo destacar que en este proceso, ha sido fundamental el Movimiento Regeneración Nacional, MORENA. El movimiento que hemos venido construyendo, desde abajo y entre todos, para transformar a México. MORENA fue la base para llevar a cabo la campaña con organización, efectividad y entusiasmo.	Debo destacar que en este proceso, ha sido fundamental el Movimiento Regeneración Nacional, MORENA. El movimiento que hemos venido construyendo, desde abajo y entre todos, para transformar a México. MORENA fue la base para llevar a cabo la campaña con organización, efectividad y entusiasmo.	Debo destacar que en este proceso, ha sido fundamental el Movimiento Regeneración Nacional, MORENA. El movimiento que hemos venido construyendo, desde abajo y entre todos, para transformar a México. MORENA fue la base para llevar a cabo la campaña con organización, efectividad y entusiasmo .	Debo destacar que en este proceso, ha sido fundamental el Movimiento Regeneración Nacional, MORENA. El movimiento que hemos venido construyendo, desde abajo y entre todos , para transformar a México. MORENA fue la base para llevar a cabo la campaña con organización, efectividad y entusiasmo.	Debo destacar que en este proceso, ha sido fundamental el Movimiento Regeneración Nacional, MORENA. El movimiento que hemos venido construyendo, desde abajo y entre todos, para transformar a México. MORENA fue la base para llevar a cabo la campaña con organización, efectividad y entusiasmo. Presente Antepresente Pasado	El movimiento al que refiere AMLO en este párrafo (MORENA) tuvo que ver con el desprendimiento de partidos políticos y la propuesta de llevar a cabo una campaña en donde la gente no tuviese que votar por un partido en particular, sino por un movimiento para regenerar la nación, por ello es que extiende un agradecimiento directo a aquellos que apoyaron dicho movimiento, no obstante, eso también llevaría a cuestionar sobre conflictos internos en el PRD, puesto que de cualquier modo, es el partido que abanderó al candidato.	El hablante se incluye como líder de un movimiento que no tiene que ver con el partido que le da su bandera (PRD), dicho movimiento surgió de la idea de querer desprenderse de los votos por un partido, y sencillamente darlos por un movimiento que promueve el cambio nacional, habla de una construcción de MORENA hecha por todos aquellos que están presentes (sólo esos que lo apoyan a él). Usa el tiempo presente para nombrar a MORENA y el pasado para indicar el impacto de éste ¿Habría unión real al interior del PRD?
Es satisfactorio poder decir que logramos, a pesar del cerco informativo, dar a	Es satisfactorio poder decir que logramos , a pesar del cerco informativo, dar a conocer a millones de	Es satisfactorio poder decir que logramos, a pesar del cerco informativo , dar a conocer a millones de mexicanos	Es satisfactorio poder decir que logramos, a pesar del cerco informativo, dar a conocer a millones de mexicanos	Es satisfactorio poder decir que logramos , a pesar del cerco informativo, dar a conocer a millones de	El <i>cerco informativo</i> del que habla AMLO en este párrafo es una referencia para Televisa, quien se dijo, manejó sólo información que	De nueva cuenta, el hablante se incluye como parte de todo un equipo de campaña, va en contra de Televisa a quien ha acusado ya en ocasiones

<p>conocer a millones de mexicanos nuestra propuesta. Nadie podrá decir que no se enteró de que hay otro camino, otra alternativa. Pusimos tan en claro las cosas, que el domingo próximo habrá solo dos opciones: o más de lo mismo o cambio verdadero. Y es de dominio público que más de lo mismo es más corrupción, más pobreza, más inseguridad y más violencia.</p> <p>Párrafo 5/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>mexicanos nuestra propuesta. Nadie podrá decir que no se enteró de que hay otro camino, otra alternativa. Pusimos tan en claro las cosas, que el domingo próximo habrá solo dos opciones: o más de lo mismo o cambio verdadero. Y es de dominio público que más de lo mismo es más corrupción, más pobreza, más inseguridad y más violencia.</p>	<p>nuestra propuesta. Nadie podrá decir que no se enteró de que hay otro camino, otra alternativa. Pusimos tan en claro las cosas, que el domingo próximo habrá solo dos opciones: o más de lo mismo o cambio verdadero. Y es de dominio público que más de lo mismo es más corrupción, más pobreza, más inseguridad y más violencia.</p>	<p>nuestra propuesta. Nadie podrá decir que no se enteró de que hay otro camino, otra alternativa. Pusimos tan en claro las cosas, que el domingo próximo habrá solo dos opciones: o más de lo mismo o cambio verdadero. Y es de dominio público que más de lo mismo es más corrupción, más pobreza, más inseguridad y más violencia.</p>	<p>mexicanos nuestra propuesta. Nadie podrá decir que no se enteró de que hay otro camino, otra alternativa. Pusimos tan en claro las cosas, que el domingo próximo habrá solo dos opciones: o más de lo mismo o cambio verdadero. Y es de dominio público que más de lo mismo es más corrupción, más pobreza, más inseguridad y más violencia.</p> <p>Presente Pasado Futuro</p>	<p>beneficiaba al PRI. Toda la campaña habló de un <i>cambio verdadero</i> (usado incluso como lema), hace referencia a que es el suyo, sin aclarar por qué verdadero ¿Acaso los otros cambios son falsos? El de él sólo es cambio verdadero pero tampoco dice si bueno o malo. Las referencias en el uso constante del adverbio <i>más</i>, van enfocadas hacia los partidos PRI y PAN, a quienes han identificado con esas características que AMLO menciona.</p>	<p>anteriores de no brindar toda la información que podría servir para tener mejor informada a la población, por ello dice que, considerando la cantidad de personas que recibieron información por otros medios como lo fue Internet, bien podrían votar por él y llevarlo al triunfo. Emplea el tiempo presente para referir a su acto de campaña, el pasado para lo inmediatamente anterior ocurrido en la campaña y el futuro para lanzar una clara invitación a votar por él.</p>
<p>Pudimos dejar de manifiesto que el cambio verdadero es combatir la corrupción y poner</p>	<p>Pudimos dejar de manifiesto que el cambio verdadero es combatir la corrupción y poner por</p>	<p>Pudimos dejar de manifiesto que el cambio verdadero es combatir la corrupción y poner por delante la honestidad para</p>	<p>Pudimos dejar de manifiesto que el cambio verdadero es combatir la corrupción y poner por delante la honestidad para</p>	<p>Pudimos dejar de manifiesto que el cambio verdadero es combatir la corrupción y poner por</p>	<p>Es un párrafo que puede llegar a parecer contradictorio. AMLO habla de la deshonestidad de los gobernantes, mencionando en eso</p>	<p>Es un párrafo que habla directa e indirectamente de Enrique Peña Nieto, destacando puntos negativos del mismo, sin embargo, AMLO utiliza el</p>

<p>por delante la honestidad para convertirla en estilo de vida y en forma de gobierno. Sobre este tema insistí mucho porque siempre he creído que nada ha dañado más a México que la deshonestidad de los gobernantes. Aquí, entre otros aspectos, está la diferencia entre lo que representa el candidato del PRI y lo que nosotros significamos. Él ni siquiera trató el tema durante su campaña. Nunca se comprometió realmente a combatir la corrupción.</p> <p>Párrafo 6/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>delante la honestidad para convertirla en estilo de vida y en forma de gobierno. Sobre este tema insistí mucho porque siempre he creído que nada ha dañado más a México que la deshonestidad de los gobernantes. Aquí, entre otros aspectos, está la diferencia entre lo que representa el candidato del PRI y lo que nosotros significamos. Él ni siquiera trató el tema durante su campaña. Nunca se comprometió realmente a combatir la corrupción.</p>	<p>convertirla en estilo de vida y en forma de gobierno. Sobre este tema insistí mucho porque siempre he creído que nada ha dañado más a México que la deshonestidad de los gobernantes. Aquí, entre otros aspectos, está la diferencia entre lo que representa el candidato del PRI y lo que nosotros significamos. Él ni siquiera trató el tema durante su campaña. Nunca se comprometió realmente a combatir la corrupción.</p>	<p>convertirla en estilo de vida y en forma de gobierno. Sobre este tema insistí mucho porque siempre he creído que nada ha dañado más a México que la deshonestidad de los gobernantes. Aquí, entre otros aspectos, está la diferencia entre lo que representa el candidato del PRI y lo que nosotros significamos. Él ni siquiera trató el tema durante su campaña. Nunca se comprometió realmente a combatir la corrupción.</p>	<p>delante la honestidad para convertirla en estilo de vida y en forma de gobierno. Sobre este tema insistí mucho porque siempre he creído que nada ha dañado más a México que la deshonestidad de los gobernantes. Aquí, entre otros aspectos, está la diferencia entre lo que representa el candidato del PRI y lo que nosotros significamos. Él ni siquiera trató el tema durante su campaña. Nunca se comprometió realmente a combatir la corrupción.</p>	<p>a los gobiernos del PRI y del PAN, no obstante, en su partido político también se ha sabido de casos de corrupción en los que él mismo estuvo envuelto ¿Acaso él no fue gobernante? El que AMLO diga <i>he creído</i> no significa entonces que sea certero lo que él supone que ha dañado al país.</p>	<p>verbo <i>creer</i> en tiempo antepresente, lo cual deja ver que su discurso podría ser sólo una serie de especulaciones sin certeza. El hablante se incluye de nuevo para referir a su campaña y magnifica sus propias palabras antes de iniciar el ataque discursivo en contra de EPN.</p>
<p>Hablé también de</p>	<p>Hablé también de la necesidad</p>	<p>Hablé también de la necesidad de hacer</p>	<p>Hablé también de la necesidad de hacer</p>	<p>Hablé también de la necesidad</p>	<p>Menciona nuevamente palabras</p>	<p>AMLO continúa usando en</p>

<p>la necesidad de hacer un gobierno austero, de terminar con los privilegios de los altos funcionarios públicos, de la incongruencia que significa tener un gobierno rico con pueblo pobre, de la necesidad de aplicar la máxima del presidente Juárez, según la cual, el servidor público tiene que aprender a vivir en la justa medianía.</p> <p>Párrafo 7/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>de hacer un gobierno austero, de terminar con los privilegios de los altos funcionarios públicos, de la incongruencia que significa tener un gobierno rico con pueblo pobre, de la necesidad de aplicar la máxima del presidente Juárez, según la cual, el servidor público tiene que aprender a vivir en la justa medianía.</p>	<p>un gobierno austero, de terminar con los privilegios de los altos funcionarios públicos, de la incongruencia que significa tener un gobierno rico con pueblo pobre, de la necesidad de aplicar la máxima del presidente Juárez, según la cual, el servidor público tiene que aprender a vivir en la justa medianía.</p>	<p>un gobierno austero, de terminar con los privilegios de los altos funcionarios públicos, de la incongruencia que significa tener un gobierno rico con pueblo pobre, de la necesidad de aplicar la máxima del presidente Juárez, según la cual, el servidor público tiene que aprender a vivir en la justa medianía.</p>	<p>de hacer un gobierno austero, de terminar con los privilegios de los altos funcionarios públicos, de la incongruencia que significa tener un gobierno rico con pueblo pobre, de la necesidad de aplicar la máxima del presidente Juárez, según la cual, el servidor público tiene que aprender a vivir en la justa medianía.</p>	<p>que van en contra del gobierno priísta, puesto que el candidato de este partido es el oponente que más representa competencia para AMLO, nuevamente hace referencia a una supuesta <i>humildad</i> con la que se autocaracteriza. Hace mención de Benito Juárez (como lo hace en muchas ocasiones) usando con ello un personaje considerado “grande” en la historia, equiparándose de forma indirecta con éste.</p>	<p>demasiá, adjetivos y adverbios para su campaña, refiriendo otra vez al PRI, dando a entender que su gobierno en el Distrito Federal fue tal como menciona su descripción basada en preceptos de una figura histórica reconocida (Benito Juárez) y ya nombrada de forma anterior por él. Con el pasado otra vez va a un hecho inmediato y el presente lo usa para lo que pretende lograr como candidato.</p>
<p>Propuse que con el combate a la corrupción y con la austeridad republicana podemos financiar el desarrollo de México, sin</p>	<p>Propuse que con el combate a la corrupción y con la austeridad republicana podemos financiar el desarrollo de México, sin</p>	<p>Propuse que con el combate a la corrupción y con la austeridad republicana podemos financiar el desarrollo de México, sin aumentar impuestos y sin endeudar al</p>	<p>Propuse que con el combate a la corrupción y con la austeridad republicana podemos financiar el desarrollo de México, sin aumentar impuestos y sin endeudar al</p>	<p>Propuse que con el combate a la corrupción y con la austeridad republicana podemos financiar el desarrollo de México, sin</p>	<p>Retoma ideas que parecen ser originalmente de Benito Juárez, con ello lanza otra crítica indirecta contra el PRI.</p>	<p>Emplea el tiempo pasado para referir a su campaña. No menciona a Benito Juárez, pero sigue lanzando propuestas que parecen ser tomadas de este ex presidente, con lo cual se compara con él. Lanza nuevamente críticas en contra</p>

<p>aumentar impuestos y sin endeudar al país.</p> <p>Párrafo 8/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>aumentar impuestos y sin endeudar al país.</p>	<p>país.</p>	<p>país.</p>	<p>aumentar impuestos y sin endeudar al país.</p> <p>Pasado Presente</p>		<p>del PRI. El hablante se incluye para hablar de él y de su equipo de campaña. Asegura a través de la magnificación, que su propuesta evitará la austeridad ocasionada por PRI y PAN.</p>
<p>El candidato de la continuidad, el candidato que representa más de lo mismo, propone, a diferencia de esta fórmula, el aumento al IVA y privatizar PEMEX. Son dos visiones distintas, dos proyectos diferentes de nación. Nosotros pensamos que con los ingresos y ahorros que se obtendrán por el combate a la corrupción, por la austeridad y por abolir los privilegios fiscales, podremos levantar</p>	<p>El candidato de la continuidad, el candidato que representa más de lo mismo, propone, a diferencia de esta fórmula, el aumento al IVA y privatizar PEMEX. Son dos visiones distintas, dos proyectos diferentes de nación. Nosotros pensamos que con los ingresos y ahorros que se obtendrán por el combate a la corrupción, por la austeridad y por abolir los privilegios fiscales, podremos levantar a</p>	<p>El candidato de la continuidad, el candidato que representa más de lo mismo, propone, a diferencia de esta fórmula, el aumento al IVA y privatizar PEMEX. Son dos visiones distintas, dos proyectos diferentes de nación. Nosotros pensamos que con los ingresos y ahorros que se obtendrán por el combate a la corrupción, por la austeridad y por abolir los privilegios fiscales, podremos levantar a México con producción, trabajo y bienestar.</p>	<p>El candidato de la continuidad, el candidato que representa más de lo mismo, propone, a diferencia de esta fórmula, el aumento al IVA y privatizar PEMEX. Son dos visiones distintas, dos proyectos diferentes de nación. Nosotros pensamos que con los ingresos y ahorros que se obtendrán por el combate a la corrupción, por la austeridad y por abolir los privilegios fiscales, podremos levantar a México con producción, trabajo y bienestar.</p>	<p>El candidato de la continuidad, el candidato que representa más de lo mismo, propone, a diferencia de esta fórmula, el aumento al IVA y privatizar PEMEX. Son dos visiones distintas, dos proyectos diferentes de nación. Nosotros pensamos que con los ingresos y ahorros que se obtendrán por el combate a la corrupción, por la austeridad y por abolir los privilegios fiscales, podremos levantar a</p>	<p>Es un párrafo que no hace más que atacar a nadie más que a Enrique Peña Nieto y al PRI.</p>	<p>En la descalificación del oponente, AMLO descarta por completo como sus contrincantes a Josefina Vázquez Mota y a Gabriel Quadri de la Torre, ataca de manera constante a Enrique Peña Nieto por las propuestas que éste ha hecho a lo largo de su campaña. Por otro lado, AMLO repite lo que en todo momento ha dicho a lo largo de su campaña, es decir, las propuestas que el público ha conocido en mítines o en los debates presidenciales, por ejemplo. Emplea el tiempo presente en la descalificación del oponente y el tiempo futuro para mencionar acciones que se cumplirán más adelante, sin existir una fecha tentativa para ello.</p>

<p>a México con producción, trabajo y bienestar.</p> <p>Párrafo 9/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>México con producción, trabajo y bienestar.</p>			<p>México con producción, trabajo y bienestar.</p> <p>Presente Futuro</p>		
<p>Administrando con honradez el presupuesto público, que es dinero de todos, vamos a contar con recursos para rescatar al campo del abandono en que se encuentra y lograr la soberanía alimentaria. Se va a apoyar como nunca a los productores, sean comuneros, ejidatarios o pequeños propietarios. Vamos también a apoyar a pequeños y medios empresarios, a pequeños y medianos</p>	<p>Administrando con honradez el presupuesto público, que es dinero de todos, vamos a contar con recursos para rescatar al campo del abandono en que se encuentra y lograr la soberanía alimentaria. Se va a apoyar como nunca a los productores, sean comuneros, ejidatarios o pequeños propietarios. Vamos también a apoyar a pequeños y medios empresarios, a pequeños y medianos comerciantes.</p>	<p>Administrando con honradez el presupuesto público, que es dinero de todos, vamos a contar con recursos para rescatar al campo del abandono en que se encuentra y lograr la soberanía alimentaria. Se va a apoyar como nunca a los productores, sean comuneros, ejidatarios o pequeños propietarios. Vamos también a apoyar a pequeños y medios empresarios, a pequeños y medianos comerciantes.</p>	<p>Administrando con honradez el presupuesto público, que es dinero de todos, vamos a contar con recursos para rescatar al campo del abandono en que se encuentra y lograr la soberanía alimentaria. Se va a apoyar como nunca a los productores, sean comuneros, ejidatarios o pequeños propietarios. Vamos también a apoyar a pequeños y medios empresarios, a pequeños y medianos comerciantes.</p>	<p>Administrando con honradez el presupuesto público, que es dinero de todos, vamos a contar con recursos para rescatar al campo del abandono en que se encuentra y lograr la soberanía alimentaria. Se va a apoyar como nunca a los productores, sean comuneros, ejidatarios o pequeños propietarios. Vamos también a apoyar a pequeños y medianos</p>	<p>López Obrador continúa ofreciendo una lista gigantesca de propuestas que parecen prometer un país perfecto, no obstante, no aclara en qué tiempo estimado es que podrá cumplir sus objetivos. La lista cubre todas las necesidades que se supone, tienen los mexicanos.</p>	<p>Conviene preguntarse si AMLO considera en su discurso que un sexenio podría no ser suficiente para cumplir todas las metas que se ha propuesto. Tanto él como su gente de campaña están incluidos en un discurso en el cual hay una lista de promesas que da a conocer en tiempo presente utilizado en una modalidad de proyección futura, al parecer, a mediano y largo plazo. Magnífica las propuestas a través del uso de adjetivos y adverbios. Las promesas están encaminadas a atender todo aquello que es motivo de necesidad o queja entre las personas.</p>

<p>comerciantes.</p> <p>Párrafo 10/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>				<p>comerciantes.</p> <p>Presente</p>		
<p>Aquí expreso que cumpliré el compromiso de quitar el IETU. Que vamos a bajar el precio de las gasolinas, el diesel, el gas y la luz en beneficio de empresarios, transportistas y consumidores. En vez de privatizar PEMEX, vamos a utilizar el petróleo, que es de la nación, como palanca del desarrollo. Vamos a construir 5 grandes refinerías para dejar de comprar la gasolina en el extranjero. Vamos a hacer renacer la industria petroquímica.</p>	<p>Aquí expreso que cumpliré el compromiso de quitar el IETU. Que vamos a bajar el precio de las gasolinas, el diesel, el gas y la luz en beneficio de empresarios, transportistas y consumidores. En vez de privatizar PEMEX, vamos a utilizar el petróleo, que es de la nación, como palanca del desarrollo. Vamos a construir 5 grandes refinerías para dejar de comprar la gasolina en el extranjero. Vamos a hacer renacer la industria</p>	<p>Aquí expreso que cumpliré el compromiso de quitar el IETU. Que vamos a bajar el precio de las gasolinas, el diesel, el gas y la luz en beneficio de empresarios, transportistas y consumidores. En vez de privatizar PEMEX, vamos a utilizar el petróleo, que es de la nación, como palanca del desarrollo. Vamos a construir 5 grandes refinerías para dejar de comprar la gasolina en el extranjero. Vamos a hacer renacer la industria petroquímica.</p>	<p>Aquí expreso que cumpliré el compromiso de quitar el IETU. Que vamos a bajar el precio de las gasolinas, el diesel, el gas y la luz en beneficio de empresarios, transportistas y consumidores. En vez de privatizar PEMEX, vamos a utilizar el petróleo, que es de la nación, como palanca del desarrollo. Vamos a construir 5 grandes refinerías para dejar de comprar la gasolina en el extranjero. Vamos a hacer renacer la industria petroquímica.</p>	<p>Aquí expreso que cumpliré el compromiso de quitar el IETU. Que vamos a bajar el precio de las gasolinas, el diesel, el gas y la luz en beneficio de empresarios, transportistas y consumidores. En vez de privatizar PEMEX, vamos a utilizar el petróleo, que es de la nación, como palanca del desarrollo. Vamos a construir 5 grandes refinerías para dejar de comprar la gasolina en el extranjero. Vamos a hacer renacer la industria</p>	<p>Ha vuelto a enlistar la serie de propuestas que convencen de tener un país perfecto a todos los que darán su voto por él, no obstante, no da una base concreta para comenzar a “echar a andar” esas mismas propuestas ¿Cuál es el recurso calculado y de dónde proviene?</p>	<p>Se realiza la inclusión de hablante pero pareciese más atenuante para no tener que comprometerse de manera personal con sus receptores, por tanto, las propuestas las realiza en presente pero con proyección al futuro (un futuro bastante impreciso). Anafóricamente, da entrada a las propuestas magnificadas a partir de adjetivos y adverbios, de mismos sustantivos que, enlistados, describen sus propuestas.</p>

<p>Párrafo 11/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>petroquímica.</p>			<p>petroquímica. Presente Futuro</p>		
<p>Y todo esto se va a lograr, básicamente, limpiando a Pemex de corrupción, en especial, evitando la entrega de contratos por influyentismo y el jugoso negocio que tienen algunos por la compra de las gasolinas en el extranjero. Lo mismo sucederá con la industria eléctrica. Y doy a conocer que vamos a iniciar la transición energética para conservar los recursos no renovables, impulsando nuevas fuentes de energía. También se cuidará</p>	<p>Y todo esto se va a lograr, básicamente, limpiando a Pemex de corrupción, en especial, evitando la entrega de contratos por influyentismo y el jugoso negocio que tienen algunos por la compra de las gasolinas en el extranjero. Lo mismo sucederá con la industria eléctrica. Y doy a conocer que vamos a iniciar la transición energética para conservar los recursos no renovables, impulsando nuevas fuentes de energía. También se cuidará el medio</p>	<p>Y todo esto se va a lograr, básicamente, limpiando a Pemex de corrupción, en especial, evitando la entrega de contratos por influyentismo y el jugoso negocio que tienen algunos por la compra de las gasolinas en el extranjero. Lo mismo sucederá con la industria eléctrica. Y doy a conocer que vamos a iniciar la transición energética para conservar los recursos no renovables, impulsando nuevas fuentes de energía. También se cuidará el medio ambiente y no se permitirá que se siga destruyendo el territorio.</p>	<p>Y todo esto se va a lograr, básicamente, limpiando a Pemex de corrupción, en especial, evitando la entrega de contratos por influyentismo y el jugoso negocio que tienen algunos por la compra de las gasolinas en el extranjero. Lo mismo sucederá con la industria eléctrica. Y doy a conocer que vamos a iniciar la transición energética para conservar los recursos no renovables, impulsando nuevas fuentes de energía. También se cuidará el medio ambiente y no se permitirá que se siga destruyendo el territorio.</p>	<p>Y todo esto se va a lograr, básicamente, limpiando a Pemex de corrupción, en especial, evitando la entrega de contratos por influyentismo y el jugoso negocio que tienen algunos por la compra de las gasolinas en el extranjero. Lo mismo sucederá con la industria eléctrica. Y doy a conocer que vamos a iniciar la transición energética para conservar los recursos no renovables, impulsando nuevas fuentes de energía. También se cuidará el</p>	<p>En la lista de compromisos o propuestas que realiza AMLO se encuentran tanto el hecho de cuidar el medio ambiente como el hecho de construir cinco refinerías en el país, con lo cual puede notarse una contradicción entre ambas propuestas. Las refinerías contaminan en demasía, basta con observar el caso preocupante de Tula, Hidalgo.</p>	<p>Éste es un párrafo que resulta ser muy contradictorio, en el que las promesas realizadas <i>chocan</i> con las hechas anteriormente, donde la inclusión del hablante lo libera de responsabilidades directas pues engloba a todo un colectivo con él. El tiempo presente sigue enfocándose a una promesa futura e incluso termina lanzando promesas de manera impersonal. Tomando en cuenta cuántas propuestas son, pareciera que AMLO promete un país de ensueño, y se olvida de mencionar los contras que tienen sus propuestas, o un plazo o presupuesto para llevarlas a cabo.</p>

<p>el medio ambiente y no se permitirá que se siga destruyendo el territorio.</p> <p>Párrafo 12/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>ambiente y no se permitirá que se siga destruyendo el territorio.</p>			<p>medio ambiente y no se permitirá que se siga destruyendo el territorio.</p> <p>Presente Futuro</p>		
<p>Se apoyará decididamente a la actividad turística porque tenemos historia, cultura y muchas bellezas naturales. Además, este sector no solo genera riqueza, sino también produce muchos empleos.</p> <p>Párrafo 13/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>Se apoyará decididamente a la actividad turística porque tenemos historia, cultura y muchas bellezas naturales. Además, este sector no solo genera riqueza, sino también produce muchos empleos.</p>	<p>Se apoyará decididamente a la actividad turística porque tenemos historia, cultura y muchas bellezas naturales. Además, este sector no solo genera riqueza, sino también produce muchos empleos.</p>	<p>Se apoyará decididamente a la actividad turística porque tenemos historia, cultura y muchas bellezas naturales. Además, este sector no solo genera riqueza, sino también produce muchos empleos.</p>	<p>Se apoyará decididamente a la actividad turística porque tenemos historia, cultura y muchas bellezas naturales. Además, este sector no solo genera riqueza, sino también produce muchos empleos.</p> <p>Futuro Presente</p>	<p>El emplear con insistencia sustantivos como “riqueza” y “empleos” representa echar por tierra el trabajo de Felipe Calderón, pues justo ese tipo de acciones son las que prometió cuando se encontraba en campaña. Realiza promesas enfocadas a suprimir las carencias de todos los individuos.</p>	<p>Las promesas realizadas en este párrafo son impersonales, no obstante, el hablante se incluye como habitante del país, y promete en tiempo futuro sin especificar el tiempo del cumplimiento del compromiso. Sigue prometiendo con base en las carencias y magnifica con adjetivos y adverbios para captar la atención.</p>
<p>Se terminarán las prácticas monopólicas en todas las ramas económicas, comerciales y financieras y</p>	<p>Se terminarán las prácticas monopólicas en todas las ramas económicas, comerciales y financieras. No habrá</p>	<p>Se terminarán las prácticas monopólicas en todas las ramas económicas, comerciales y financieras. No habrá monopolios</p>	<p>Se terminarán las prácticas monopólicas en todas las ramas económicas, comerciales y financieras. No habrá monopolios</p>	<p>Se terminarán las prácticas monopólicas en todas las ramas económicas, comerciales y financieras. No habrá</p> <p>Futuro Presente</p>	<p>Al igual que lo hizo en los debates, AMLO enlista otra serie de propuestas basadas en carencias sin sustento, con ello no toma en cuenta a funcionarios de</p>	<p>Un párrafo que peligrosamente usa sólo futuro y presente del subjuntivo, es decir, promesas, deseos y aspiraciones. Hace afirmaciones y negaciones sin tener en cuenta la estructura</p>

<p>financieras. No habrá monopolios en el cemento, en la telefonía, en los alimentos, en los bancos, en los medios de comunicación. Habrá plena competencia. Esto evitará que haya precios exagerados en bienes y servicios, y se logrará que los consumidores ahorren hasta el 10 por ciento de sus ingresos.</p> <p>Párrafo 14/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>monopolios en el cemento, en la telefonía, en los alimentos, en los bancos, en los medios de comunicación. Habrá plena competencia. Esto evitará que haya precios exagerados en bienes y servicios, y se logrará que los consumidores ahorren hasta el 10 por ciento de sus ingresos.</p>	<p>en el cemento, en la telefonía, en los alimentos, en los bancos, en los medios de comunicación. Habrá plena competencia. Esto evitará que haya precios exagerados en bienes y servicios, y se logrará que los consumidores ahorren hasta el 10 por ciento de sus ingresos.</p>	<p>en el cemento, en la telefonía, en los alimentos, en los bancos, en los medios de comunicación. Habrá plena competencia. Esto evitará que haya precios exagerados en bienes y servicios, y se logrará que los consumidores ahorren hasta el 10 por ciento de sus ingresos.</p>	<p>monopolios en el cemento, en la telefonía, en los alimentos, en los bancos, en los medios de comunicación. Habrá plena competencia. Esto evitará que haya precios exagerados en bienes y servicios, y se logrará que los consumidores ahorren hasta el 10 por ciento de sus ingresos.</p> <p>Futuro Presente subjuntivo</p>	<p>oposición.</p>	<p>bajo la cual funciona el país. Nuevamente se observa el uso de adjetivos y adverbios para magnificar propuestas. El párrafo no comprende al hablante, es impersonal.</p>
<p>Quiero decir también que vamos a garantizar el derecho a la información. No vamos a expropiar Televisa ni ningún otro medio de</p>	<p>Quiero decir también que vamos a garantizar el derecho a la información. No vamos a expropiar Televisa ni ningún otro</p>	<p>Quiero decir también que vamos a garantizar el derecho a la información. No vamos a expropiar Televisa ni ningún otro medio de comunicación. Vamos a garantizar</p>	<p>Quiero decir también que vamos a garantizar el derecho a la información. No vamos a expropiar Televisa ni ningún otro medio de comunicación. Vamos a garantizar</p>	<p>Quiero decir también que vamos a garantizar el derecho a la información. No vamos a expropiar Televisa ni ningún otro</p>	<p>Por momentos parece un discurso que remonta a la época del porfiriato, en donde se prometía pero se imponía. Va otra vez en contra de otros partidos políticos que han gobernado de la</p>	<p>“Nadie será perseguido por su forma de pensar”, no obstante, su discurso se muestra agresivo en contra de quienes parecen tener ideas distintas a las del candidato. Usa anafóricamente el verbo ir presente por futuro para seguir enlistando promesas</p>

<p>comunicación. Vamos a garantizar la libertad de expresión y de manifestación. No habrá censura, nadie va a ser perseguido por su manera de pensar. Vamos a garantizar plenamente el derecho a disentir. Pero al mismo tiempo, vamos a hacer valer el derecho a la información. Se van a entregar nuevas concesiones, todas las que sean posibles, técnicamente, para radio y televisión.</p> <p>Párrafo 15/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>medio de comunicación. Vamos a garantizar la libertad de expresión y de manifestación. No habrá censura, nadie va a ser perseguido por su manera de pensar. Vamos a garantizar plenamente el derecho a disentir. Pero al mismo tiempo, vamos a hacer valer el derecho a la información. Se van a entregar nuevas concesiones, todas las que sean posibles, técnicamente, para radio y televisión.</p>	<p>la libertad de expresión y de manifestación. No habrá censura, nadie va a ser perseguido por su manera de pensar. Vamos a garantizar plenamente el derecho a disentir. Pero al mismo tiempo, vamos a hacer valer el derecho a la información. Se van a entregar nuevas concesiones, todas las que sean posibles, técnicamente, para radio y televisión.</p>	<p>la libertad de expresión y de manifestación. No habrá censura, nadie va a ser perseguido por su manera de pensar. Vamos a garantizar plenamente el derecho a disentir. Pero al mismo tiempo, vamos a hacer valer el derecho a la información. Se van a entregar nuevas concesiones, todas las que sean posibles, técnicamente, para radio y televisión.</p>	<p>medio de comunicación. Vamos a garantizar la libertad de expresión y de manifestación. No habrá censura, nadie va a ser perseguido por su manera de pensar. Vamos a garantizar plenamente el derecho a disentir. Pero al mismo tiempo, vamos a hacer valer el derecho a la información. Se van a entregar nuevas concesiones, todas las que sean posibles, técnicamente, para radio y televisión.</p> <p>Presente Futuro</p>	<p>forman en que él promete que no lo hará.</p>	<p>que parecen apaciguar las inquietudes y quejas de la población. Las mismas promesas siguen apareciendo magnificadas.</p>
<p>Asimismo, vamos a comunicar al país con internet de</p>	<p>Asimismo, vamos a comunicar al país con internet</p>	<p>Asimismo, vamos a comunicar al país con internet de banda ancha. Con</p>	<p>Asimismo, vamos a comunicar al país con internet de banda ancha. Con</p>	<p>Asimismo, vamos a comunicar al país con internet</p>	<p>Existe otra contradicción en este fragmento de discurso, en donde el</p>	<p>AMLO continúa realizando promesas basadas en carencias y, a la vez, en acciones que sí</p>

<p>banda ancha. Con este propósito utilizaremos la infraestructura de la Comisión Federal de Electricidad. Las redes eléctricas servirán para llevar la fibra óptica hasta el más apartado rincón del país. Este servicio permitirá garantizar plenamente el derecho de los mexicanos a estar informados y se terminará con la manipulación que llevan a cabo los que actualmente controlan casi la totalidad de los medios de comunicación.</p> <p>Párrafo 16/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>de banda ancha. Con este propósito utilizaremos la infraestructura de la Comisión Federal de Electricidad. Las redes eléctricas servirán para llevar la fibra óptica hasta el más apartado rincón del país. Este servicio permitirá garantizar plenamente el derecho de los mexicanos a estar informados y se terminará con la manipulación que llevan a cabo los que actualmente controlan casi la totalidad de los medios de comunicación.</p>	<p>este propósito utilizaremos la infraestructura de la Comisión Federal de Electricidad. Las redes eléctricas servirán para llevar la fibra óptica hasta el más apartado rincón del país. Este servicio permitirá garantizar plenamente el derecho de los mexicanos a estar informados y se terminará con la manipulación que llevan a cabo los que actualmente controlan casi la totalidad de los medios de comunicación.</p>	<p>este propósito utilizaremos la infraestructura de la Comisión Federal de Electricidad. Las redes eléctricas servirán para llevar la fibra óptica hasta el más apartado rincón del país. Este servicio permitirá garantizar plenamente el derecho de los mexicanos a estar informados y se terminará con la manipulación que llevan a cabo los que actualmente controlan casi la totalidad de los medios de comunicación.</p>	<p>de banda ancha. Con este propósito utilizaremos la infraestructura de la Comisión Federal de Electricidad. Las redes eléctricas servirán para llevar la fibra óptica hasta el más apartado rincón del país. Este servicio permitirá garantizar plenamente el derecho de los mexicanos a estar informados y se terminará con la manipulación que llevan a cabo los que actualmente controlan casi la totalidad de los medios de comunicación.</p> <p>Presente Futuro</p>	<p>candidato, antes de prometer sobre brindar servicios básicos, promete llegar con servicios que algunas personas no usan a todo el país. Pareciera que promete basado en los resultados que obtuvo como jefe de gobierno del Distrito Federal.</p>	<p>pudo llevar a cabo en el Distrito Federal. Pero ¡La capital no es todo el país! Parece olvidar que el presupuesto destinado a cubrir servicios básicos debe ser usado para tal fin antes de dar algo como Internet a comunidades que no saben leer ni escribir. Se incluye el hablante en un colectivo no aclarado para prometer. Refiere indirectamente a las televisoras Televisa y TV Azteca, magnífica y usa tiempo futuro.</p>
<p>Uno de los</p>	<p>Uno de los propósitos</p>	<p>Uno de los propósitos</p>	<p>Uno de los propósitos</p>	<p>Uno de los propósitos</p>	<p>Más promesas en torno a quejas que ha</p>	<p>El párrafo es otra lista de</p>

<p>propósitos principales del nuevo gobierno será el de resolver el grave problema de la falta de oportunidades de trabajo. Para ello, se reactivara la economía, creceremos al 6 por ciento anual y vamos a generar un millón 200 mil nuevos empleos cada año, 7 millones de empleos en el sexenio. También informo que el aumento al salario mínimo siempre estará por encima de la inflación. Al mismo tiempo que se normalice la situación económica, atenderemos el rezago acumulado, porque existen 7</p>	<p>principales del nuevo gobierno será el de resolver el grave problema de la falta de oportunidades de trabajo. Para ello, se reactivara la economía, creceremos al 6 por ciento anual y vamos a generar un millón 200 mil nuevos empleos cada año, 7 millones de empleos en el sexenio. También informo que el aumento al salario mínimo siempre estará por encima de la inflación. Al mismo tiempo que se normalice la situación económica, atenderemos el rezago acumulado, porque existen 7 millones de</p>	<p>principales del nuevo gobierno será el de resolver el grave problema de la falta de oportunidades de trabajo. Para ello, se reactivara la economía, creceremos al 6 por ciento anual y vamos a generar un millón 200 mil nuevos empleos cada año, 7 millones de empleos en el sexenio. También informo que el aumento al salario mínimo siempre estará por encima de la inflación. Al mismo tiempo que se normalice la situación económica, atenderemos el rezago acumulado, porque existen 7 millones de jóvenes que actualmente no tienen oportunidades ni de trabajo ni de estudio.</p>	<p>principales del nuevo gobierno será el de resolver el grave problema de la falta de oportunidades de trabajo. Para ello, se reactivara la economía, creceremos al 6 por ciento anual y vamos a generar un millón 200 mil nuevos empleos cada año, 7 millones de empleos en el sexenio. También informo que el aumento al salario mínimo siempre estará por encima de la inflación. Al mismo tiempo que se normalice la situación económica, atenderemos el rezago acumulado, porque existen 7 millones de jóvenes que actualmente no tienen oportunidades ni de trabajo ni de estudio.</p>	<p>principales del nuevo gobierno será el de resolver el grave problema de la falta de oportunidades de trabajo. Para ello, se reactivara la economía, creceremos al 6 por ciento anual y vamos a generar un millón 200 mil nuevos empleos cada año, 7 millones de empleos en el sexenio. También informo que el aumento al salario mínimo siempre estará por encima de la inflación. Al mismo tiempo que se normalice la situación económica, atenderemos el rezago acumulado, porque existen 7 millones de</p>	<p>dicho la gente sobre gobiernos del PRI y del PAN.</p>	<p>promesas muy habituales en los discursos políticos. Habla con datos duros para mostrar que son “7 millones...” los que no tienen empleo y por tanto para ellos habrá “7 millones” de empleos ¿Acaso la cifra de la población no cambia? Sigue abusando de la magnificación y del uso del tiempo futuro.</p>
---	--	---	--	--	--	--

<p>millones de jóvenes que actualmente no tienen oportunidades ni de trabajo ni de estudio.</p> <p>Párrafo 17/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>jóvenes que actualmente no tienen oportunidades ni de trabajo ni de estudio.</p>			<p>jóvenes que actualmente no tienen oportunidades ni de trabajo ni de estudio.</p> <p>Futuro Presente</p>		
<p>Lo he dicho en otras ocasiones, lo repito ahora, vamos a ir casa por casa, inscribiendo, apuntando a los jóvenes, incorporándolos al trabajo y al estudio. Vamos a atender el problema de la falta de empleo porque esto es lo que ha provocado, en buena medida, el problema de la inseguridad y de la violencia. Estoy convencido que combatiendo la corrupción, con</p>	<p>Lo he dicho en otras ocasiones, lo repito ahora, vamos a ir casa por casa, inscribiendo, apuntando a los jóvenes, incorporándolos al trabajo y al estudio. Vamos a atender el problema de la falta de empleo porque esto es lo que ha provocado, en buena medida, el problema de la inseguridad y de la violencia. Estoy convencido que combatiendo la corrupción, con empleo,</p>	<p>Lo he dicho en otras ocasiones, lo repito ahora, vamos a ir casa por casa, inscribiendo, apuntando a los jóvenes, incorporándolos al trabajo y al estudio. Vamos a atender el problema de la falta de empleo porque esto es lo que ha provocado, en buena medida, el problema de la inseguridad y de la violencia. Estoy convencido que combatiendo la corrupción, con empleo, bienestar y atendiendo a los jóvenes, vamos a serenar al país.</p>	<p>Lo he dicho en otras ocasiones, lo repito ahora, vamos a ir casa por casa, inscribiendo, apuntando a los jóvenes, incorporándolos al trabajo y al estudio. Vamos a atender el problema de la falta de empleo porque esto es lo que ha provocado, en buena medida, el problema de la inseguridad y de la violencia. Estoy convencido que combatiendo la corrupción, con empleo, bienestar y atendiendo a los jóvenes, vamos a serenar al país.</p>	<p>Lo he dicho en otras ocasiones, lo repito ahora, vamos a ir casa por casa, inscribiendo, apuntando a los jóvenes, incorporándolos al trabajo y al estudio. Vamos a atender el problema de la falta de empleo porque esto es lo que ha provocado, en buena medida, el problema de la inseguridad y de la violencia. Estoy convencido que combatiendo la corrupción, con</p>	<p>El discurso es inclusivo pero visto en sentido literal sigue lleno de promesas difíciles de cumplir.</p>	<p>Continúa el uso del verbo ir en presente por futuro. Las frases del discurso político pueden llegar a parecer trilladas; además esta vez va en contra del gobierno del PAN, promete hacia los jóvenes, y hay que tomar en cuenta que muchos de ellos lo apoyaban.</p>

<p>empleo, bienestar y atendiendo a los jóvenes, vamos a serenar al país.</p> <p>Párrafo 18/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>bienestar y atendiendo a los jóvenes, vamos a serenar al país.</p>			<p>bienestar y atendiendo a los jóvenes, vamos a serenar al país.</p>		
<p>Aplicaremos otra estrategia en el combate a la delincuencia organizada, no enfrentaremos la violencia con la violencia, el mal con el mal. Se aplicará el criterio de que la tranquilidad y la paz son frutos de la justicia. Mi compromiso es que ya no haya guerra, que no siga habiendo más muertes, que se respeten los derechos humanos y que se atienda a deudos y a</p>	<p>Aplicaremos otra estrategia en el combate a la delincuencia organizada, no enfrentaremos la violencia con la violencia, el mal con el mal. Se aplicará el criterio de que la tranquilidad y la paz son frutos de la justicia. Mi compromiso es que ya no haya guerra, que no siga habiendo más muertes, que se respeten los derechos humanos y que se atienda a deudos y a familiares de víctimas. Que podamos dejar</p>	<p>Aplicaremos otra estrategia en el combate a la delincuencia organizada, no enfrentaremos la violencia con la violencia, el mal con el mal. Se aplicará el criterio de que la tranquilidad y la paz son frutos de la justicia. Mi compromiso es que ya no haya guerra, que no siga habiendo más muertes, que se respeten los derechos humanos y que se atienda a deudos y a familiares de víctimas. Que podamos dejar atrás la tragedia y el dolor que produce</p>	<p>Aplicaremos otra estrategia en el combate a la delincuencia organizada, no enfrentaremos la violencia con la violencia, el mal con el mal. Se aplicará el criterio de que la tranquilidad y la paz son frutos de la justicia. Mi compromiso es que ya no haya guerra, que no siga habiendo más muertes, que se respeten los derechos humanos y que se atienda a deudos y a familiares de víctimas. Que podamos dejar atrás la tragedia y el dolor que produce</p>	<p>Aplicaremos otra estrategia en el combate a la delincuencia organizada, no enfrentaremos la violencia con la violencia, el mal con el mal. Se aplicará el criterio de que la tranquilidad y la paz son frutos de la justicia. Mi compromiso es que ya no haya guerra, que no siga habiendo más muertes, que se respeten los derechos humanos y que se atienda a deudos y a familiares de víctimas. Que podamos dejar</p>	<p>Va en contra del PAN y lo que se ha juzgado sobre éste en la cuestión de violencia.</p>	<p>La inclusión del hablante está usada para referencias el compromiso que tiene sobre la lista de propuestas que sigue haciendo. La misma situación de violencia es magnificada en este párrafo, sigue arriesgando el discurso en el mezclar futuro y presente del subjuntivo.</p>

<p>familiares de víctimas. Que podamos dejar atrás la tragedia y el dolor que produce el flagelo de la violencia.</p> <p>Párrafo 19/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>atrás la tragedia y el dolor que produce el flagelo de la violencia.</p>	<p>el flagelo de la violencia.</p>	<p>el flagelo de la violencia.</p>	<p>atrás la tragedia y el dolor que produce el flagelo de la violencia.</p>		
<p>Lo lograremos abriendo oportunidades para todos, evitando la frustración que lleva a estallidos de odio y resentimiento. Lo lograremos con servidores públicos honestos e incorruptibles en la Procuraduría, en la Secretaría de Seguridad Pública y en las corporaciones policíacas. Lo lograremos con eficacia, con</p>	<p>Lo lograremos abriendo oportunidades para todos, evitando la frustración que lleva a estallidos de odio y resentimiento. Lo lograremos con servidores públicos honestos e incorruptibles en la Procuraduría, en la Secretaría de Seguridad Pública y en las corporaciones policíacas. Lo lograremos con eficacia, con inteligencia y con</p>	<p>Lo lograremos abriendo oportunidades para todos, evitando la frustración que lleva a estallidos de odio y resentimiento. Lo lograremos con servidores públicos honestos e incorruptibles en la Procuraduría, en la Secretaría de Seguridad Pública y en las corporaciones policíacas. Lo lograremos con eficacia, con inteligencia y con perseverancia. Todos los días tendré reuniones con el gabinete de</p>	<p>Lo lograremos abriendo oportunidades para todos, evitando la frustración que lleva a estallidos de odio y resentimiento. Lo lograremos con servidores públicos honestos e incorruptibles en la Procuraduría, en la Secretaría de Seguridad Pública y en las corporaciones policíacas. Lo lograremos con eficacia, con inteligencia y con perseverancia. Todos los días tendré reuniones con el gabinete de</p>	<p>Lo lograremos abriendo oportunidades para todos, evitando la frustración que lleva a estallidos de odio y resentimiento. Lo lograremos con servidores públicos honestos e incorruptibles en la Procuraduría, en la Secretaría de Seguridad Pública y en las corporaciones policíacas. Lo lograremos con eficacia, con</p>	<p>Evoca a Juárez al ser identificado como presidente de gobierno itinerante. Menciona otra vez como planes para el país, acciones que llevó a cabo en el Distrito Federal.</p>	<p>De nuevo no está clara la inclusión del hablante, ya no sólo promete a los jóvenes sino a todos en general. Magnifica y universaliza propuestas muy similares a las acciones que llevó a cabo como jefe de gobierno del Distrito Federal. El uso del tiempo futuro sigue apareciendo para hacer promesas. Siguen habiendo anáforas para dar entrada a sus frases. Evoca a Juárez nuevamente y se equipara con él.</p>

<p>inteligencia y con perseverancia. Todos los días tendré reuniones con el gabinete de seguridad pública; habrá mando único y trabajaremos en forma coordinada. Además, ejercerá una presidencia itinerante. La sede de la República no estará siempre en Palacio Nacional, sino en cada una de las regiones y de los estados del país donde más se requiera, ahí estará el gobierno de la República.</p> <p>Párrafo 20/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>perseverancia. Todos los días tendré reuniones con el gabinete de seguridad pública; habrá mando único y trabajaremos en forma coordinada. Además, ejercerá una presidencia itinerante. La sede de la República no estará siempre en Palacio Nacional, sino en cada una de las regiones y de los estados del país donde más se requiera, ahí estará el gobierno de la República.</p>	<p>seguridad pública; habrá mando único y trabajaremos en forma coordinada. Además, ejercerá una presidencia itinerante. La sede de la República no estará siempre en Palacio Nacional, sino en cada una de las regiones y de los estados del país donde más se requiera, ahí estará el gobierno de la República.</p>	<p>seguridad pública; habrá mando único y trabajaremos en forma coordinada. Además, ejercerá una presidencia itinerante. La sede de la República no estará siempre en Palacio Nacional, sino en cada una de las regiones y de los estados del país donde más se requiera, ahí estará el gobierno de la República.</p>	<p>perseverancia. Todos los días tendré reuniones con el gabinete de seguridad pública; habrá mando único y trabajaremos en forma coordinada. Además, ejercerá una presidencia itinerante. La sede de la República no estará siempre en Palacio Nacional, sino en cada una de las regiones y de los estados del país donde más se requiera, ahí estará el gobierno de la República.</p>		
<p>Habrá un amplio programa de desarrollo social. Vamos a atender, por humanismo,</p>	<p>Habrá un amplio programa de desarrollo social. Vamos a atender, por humanismo,</p>	<p>Habrá un amplio programa de desarrollo social. Vamos a atender, por humanismo, antes que a nadie, a la gente humilde, a</p>	<p>Habrá un amplio programa de desarrollo social. Vamos a atender, por humanismo, antes que a nadie, a la gente humilde, a</p>	<p>Habrá un amplio programa de desarrollo social. Vamos a atender, por humanismo,</p>	<p>Acciones realizadas como jefe de gobierno del Distrito Federal.</p>	<p>Otra vez se observan promesas y compromisos impersonales, sigue repitiendo la palabra “vamos” además de usar otros verbos conjugados en futuro.</p>

<p>antes que a nadie, a la gente humilde, a los que más lo necesitan. Vamos a sacar de la pobreza extrema a 15 millones de mexicanos. Nadie padecerá de hambre. Se garantizará el derecho a la alimentación. Habrá pensión universal para todos los adultos mayores de 68 años y para los discapacitados del país; así mismo se atenderá a las madres solteras. Crearemos muchas estancias infantiles para que las madres que trabajan tengan donde dejar a sus hijos. Vamos a garantizar el derecho a la salud, habrá atención</p>	<p>antes que a nadie, a la gente humilde, a los que más lo necesitan. Vamos a sacar de la pobreza extrema a 15 millones de mexicanos. Nadie padecerá de hambre. Se garantizará el derecho a la alimentación. Habrá pensión universal para todos los adultos mayores de 68 años y para los discapacitados del país; así mismo se atenderá a las madres solteras. Crearemos muchas estancias infantiles para que las madres que trabajan tengan donde dejar a sus hijos. Vamos a garantizar el derecho a la salud, habrá</p>	<p>los que más lo necesitan. Vamos a sacar de la pobreza extrema a 15 millones de mexicanos. Nadie padecerá de hambre. Se garantizará el derecho a la alimentación. Habrá pensión universal para todos los adultos mayores de 68 años y para los discapacitados del país; así mismo se atenderá a las madres solteras. Crearemos muchas estancias infantiles para que las madres que trabajan tengan donde dejar a sus hijos. Vamos a garantizar el derecho a la salud, habrá atención médica, medicamentos gratuitos, se mejorará el servicio en el ISSSTE y en el Seguro Social.</p>	<p>los que más lo necesitan. Vamos a sacar de la pobreza extrema a 15 millones de mexicanos. Nadie padecerá de hambre. Se garantizará el derecho a la alimentación. Habrá pensión universal para todos los adultos mayores de 68 años y para los discapacitados del país; así mismo se atenderá a las madres solteras. Crearemos muchas estancias infantiles para que las madres que trabajan tengan donde dejar a sus hijos. Vamos a garantizar el derecho a la salud, habrá atención médica, medicamentos gratuitos, se mejorará el servicio en el ISSSTE y en el Seguro Social.</p>	<p>antes que a nadie, a la gente humilde, a los que más lo necesitan. Vamos a sacar de la pobreza extrema a 15 millones de mexicanos. Nadie padecerá de hambre. Se garantizará el derecho a la alimentación. Habrá pensión universal para todos los adultos mayores de 68 años y para los discapacitados del país; así mismo se atenderá a las madres solteras. Crearemos muchas estancias infantiles para que las madres que trabajan tengan donde dejar a sus hijos. Vamos a garantizar el derecho a la salud, habrá</p>		<p>En sus mismas promesas universaliza y magnifica sobre acciones pasadas como jefe de gobierno del Distrito Federal.</p>
---	--	--	--	--	--	---

<p>médica, medicamentos gratuitos, se mejorará el servicio en el ISSSTE y en el Seguro Social.</p> <p>Párrafo 21/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>atención médica, medicamentos gratuitos, se mejorará el servicio en el ISSSTE y en el Seguro Social.</p>			<p>atención médica, medicamentos gratuitos, se mejorará el servicio en el ISSSTE y en el Seguro Social.</p>		
<p>Vamos a realizar un millón de acciones de mejoramiento, ampliación y construcción de vivienda por año. Y también habrá facilidades para que integrantes de clases medias puedan obtener créditos baratos y adquirir viviendas dignas y decorosas.</p> <p>Párrafo 22/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>Vamos a realizar un millón de acciones de mejoramiento, ampliación y construcción de vivienda por año. Y también habrá facilidades para que integrantes de clases medias puedan obtener créditos baratos y adquirir viviendas dignas y decorosas.</p>	<p>Vamos a realizar un millón de acciones de mejoramiento, ampliación y construcción de vivienda por año. Y también habrá facilidades para que integrantes de clases medias puedan obtener créditos baratos y adquirir viviendas dignas y decorosas.</p>	<p>Vamos a realizar un millón de acciones de mejoramiento, ampliación y construcción de vivienda por año. Y también habrá facilidades para que integrantes de clases medias puedan obtener créditos baratos y adquirir viviendas dignas y decorosas.</p>	<p>Vamos a realizar un millón de acciones de mejoramiento, ampliación y construcción de vivienda por año. Y también habrá facilidades para que integrantes de clases medias puedan obtener créditos baratos y adquirir viviendas dignas y decorosas.</p>	<p>Ahora se dirige a la clase media pero se excluye del discurso, él sólo se identifica como líder de un grupo buscando “sacar adelante” a otros.</p>	<p>El hablante es el líder de un movimiento que está a favor de un grupo de personas buscando los beneficios con los que cuentan los habitantes del Distrito Federal. Nuevamente magnifica promesas a partir de adjetivos y adverbios que se notan exagerados. Continúa hablando en futuro y presente del subjuntivo.</p>
<p>Daremos mucho apoyo a la</p>	<p>Daremos mucho apoyo a la educación.</p>	<p>Daremos mucho apoyo a la educación. Dejará</p>	<p>Daremos mucho apoyo a la educación. Dejará</p>	<p>Daremos mucho apoyo a la educación.</p>	<p>Otro tema de interés y preocupación general como es la</p>	<p>Al haber una constante repetición de tiempos futuros</p>

<p>educación. Dejará de ser un privilegio para convertirse realmente en un derecho de todos los mexicanos. Se mejorará la calidad de la enseñanza y, al mismo tiempo, buscaremos alcanzar la cobertura total en todos los niveles de escolaridad. Se mejorará y ampliará la infraestructura educativa. Habrá becas para estudiantes de familias de escasos recursos, uniformes y útiles escolares gratuitos.</p> <p>Párrafo 23/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>Dejará de ser un privilegio para convertirse realmente en un derecho de todos los mexicanos. Se mejorará la calidad de la enseñanza y, al mismo tiempo, buscaremos alcanzar la cobertura total en todos los niveles de escolaridad. Se mejorará y ampliará la infraestructura educativa. Habrá becas para estudiantes de familias de escasos recursos, uniformes y útiles escolares gratuitos.</p>	<p>de ser un privilegio para convertirse realmente en un derecho de todos los mexicanos. Se mejorará la calidad de la enseñanza y, al mismo tiempo, buscaremos alcanzar la cobertura total en todos los niveles de escolaridad. Se mejorará y ampliará la infraestructura educativa. Habrá becas para estudiantes de familias de escasos recursos, uniformes y útiles escolares gratuitos.</p>	<p>de ser un privilegio para convertirse realmente en un derecho de todos los mexicanos. Se mejorará la calidad de la enseñanza y, al mismo tiempo, buscaremos alcanzar la cobertura total en todos los niveles de escolaridad. Se mejorará y ampliará la infraestructura educativa. Habrá becas para estudiantes de familias de escasos recursos, uniformes y útiles escolares gratuitos.</p>	<p>Dejará de ser un privilegio para convertirse realmente en un derecho de todos los mexicanos. Se mejorará la calidad de la enseñanza y, al mismo tiempo, buscaremos alcanzar la cobertura total en todos los niveles de escolaridad. Se mejorará y ampliará la infraestructura educativa. Habrá becas para estudiantes de familias de escasos recursos, uniformes y útiles escolares gratuitos.</p>	<p>educación se aborda en este párrafo prometiendo el cumplimiento total del artículo tres constitucional sobre gratuidad y con cobertura global.</p>	<p>sin periodicidad declarada, sigue habiendo posibilidades sin hechos concretos, en donde el hablante sigue separado del resto de personas presentes (y otros que no están en ese momento); los adverbios magnifican el sentido de sus acciones, por ejemplo no es “apoyo” sino “mucho apoyo”, lo que se toma en cuenta para los votantes.</p>
<p>Se entregarán becas para todos los estudiantes de</p>	<p>Se entregarán becas para todos los estudiantes de preparatoria,</p>	<p>Se entregarán becas para todos los estudiantes de preparatoria, como</p>	<p>Se entregarán becas para todos los estudiantes de preparatoria, como</p>	<p>Se entregarán becas para todos los estudiantes de preparatoria,</p>	<p>Dicho concretamente, otra vez tratando de que todo el país funcione como el</p>	<p>Equipara lo que se mencionó anteriormente: su propuesta de gobierno federal con el que</p>

<p>preparatoria, como en el Distrito Federal. Y ningún joven que quiera ingresar a la universidad va a ser rechazado. Cien por ciento de inscripción a todos los que quieran estudiar en el nivel universitario. Actualmente, de cada 10 jóvenes solo 3 están estudiando en la universidad. El propósito es que al término del sexenio de cada 10, por lo menos 6, estén inscritos en el nivel superior.</p> <p>Párrafo 24/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>como en el Distrito Federal. Y ningún joven que quiera ingresar a la universidad va a ser rechazado. Cien por ciento de inscripción a todos los que quieran estudiar en el nivel universitario. Actualmente, de cada 10 jóvenes solo 3 están estudiando en la universidad. El propósito es que al término del sexenio de cada 10, por lo menos 6, estén inscritos en el nivel superior.</p>	<p>en el Distrito Federal. Y ningún joven que quiera ingresar a la universidad va a ser rechazado. Cien por ciento de inscripción a todos los que quieran estudiar en el nivel universitario. Actualmente, de cada 10 jóvenes solo 3 están estudiando en la universidad. El propósito es que al término del sexenio de cada 10, por lo menos 6, estén inscritos en el nivel superior.</p>	<p>en el Distrito Federal. Y ningún joven que quiera ingresar a la universidad va a ser rechazado. Cien por ciento de inscripción a todos los que quieran estudiar en el nivel universitario. Actualmente, de cada 10 jóvenes solo 3 están estudiando en la universidad. El propósito es que al término del sexenio de cada 10, por lo menos 6, estén inscritos en el nivel superior.</p>	<p>como en el Distrito Federal. Y ningún joven que quiera ingresar a la universidad va a ser rechazado. Cien por ciento de inscripción a todos los que quieran estudiar en el nivel universitario. Actualmente, de cada 10 jóvenes solo 3 están estudiando en la universidad. El propósito es que al término del sexenio de cada 10, por lo menos 6, estén inscritos en el nivel superior.</p>	<p>Distrito Federal. Promesas otra vez para jóvenes presentes en los que se manifiesta preocupación por el ingreso al Nivel Superior.</p>	<p>tuvo en el Distrito Federal. No obstante, es conveniente recordar que no se trata de lo mismo. El Distrito Federal obtiene recursos federales y para menos habitantes, no es igual a todo el país que cuenta con zonas en donde ni siquiera hay escuelas cerca. Magnífica asegurando que la totalidad podría estudiar el Nivel Superior aunque al final menciona que podrían ser seis de diez. Sigue usando futuro y presente del subjuntivo, algo riesgoso en el uso de los tiempos verbales en el discurso.</p>
<p>Vamos a ampliar las becas para estudiantes de maestría y</p>	<p>Vamos a ampliar las becas para estudiantes de maestría y</p>	<p>Vamos a ampliar las becas para estudiantes de maestría y doctorado y crecerá</p>	<p>Vamos a ampliar las becas para estudiantes de maestría y doctorado y crecerá</p>	<p>Vamos a ampliar las becas para estudiantes de maestría y</p>	<p>Muchos estudiantes se quejaron de la falta de recursos para seguir estudiando, con lo que busca</p>	<p>Sigue usando un planteamiento inclusivo del hablante como parte de un equipo de campaña (no se responsabiliza él solo). A</p>

<p>doctorado y crecerá el número de investigadores y científicos. Le daremos toda la importancia a tres disciplinas o asuntos que siempre han quedado relegadas o se les considera como añadidos en todos los planes gubernamentales, me refiero a la ciencia, la cultura y al deporte. Con este fin se crearán tres nuevas secretarías: la de Ciencia, Tecnología e Innovación, la de Cultura y la del Deporte.</p> <p>Párrafo 25/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>doctorado y crecerá el número de investigadores y científicos. Le daremos toda la importancia a tres disciplinas o asuntos que siempre han quedado relegadas o se les considera como añadidos en todos los planes gubernamentales, me refiero a la ciencia, la cultura y al deporte. Con este fin se crearán tres nuevas secretarías: la de Ciencia, Tecnología e Innovación, la de Cultura y la del Deporte.</p>	<p>el número de investigadores y científicos. Le daremos toda la importancia a tres disciplinas o asuntos que siempre han quedado relegadas o se les considera como añadidos en todos los planes gubernamentales, me refiero a la ciencia, la cultura y al deporte. Con este fin se crearán tres nuevas secretarías: la de Ciencia, Tecnología e Innovación, la de Cultura y la del Deporte.</p>	<p>el número de investigadores y científicos. Le daremos toda la importancia a tres disciplinas o asuntos que siempre han quedado relegadas o se les considera como añadidos en todos los planes gubernamentales, me refiero a la ciencia, la cultura y al deporte. Con este fin se crearán tres nuevas secretarías: la de Ciencia, Tecnología e Innovación, la de Cultura y la del Deporte.</p>	<p>doctorado y crecerá el número de investigadores y científicos. Le daremos toda la importancia a tres disciplinas o asuntos que siempre han quedado relegadas o se les considera como añadidos en todos los planes gubernamentales, me refiero a la ciencia, la cultura y al deporte. Con este fin se crearán tres nuevas secretarías: la de Ciencia, Tecnología e Innovación, la de Cultura y la del Deporte.</p>	<p>solucionar esta falta. Además promete en función de las cosas que aún no se han creado, nuevamente desapareciendo del panorama al cuerpo legislativo.</p>	<p>pesar de haber dado a conocer ya muchos factores, universaliza diciendo que dará importancia a tres aspectos. Usa el tiempo presente en esta ocasión.</p>
<p>Todo este programa lo vamos a llevar a cabo con</p>	<p>Todo este programa lo vamos a llevar a cabo con la</p>	<p>Todo este programa lo vamos a llevar a cabo con la participación de la</p>	<p>Todo este programa lo vamos a llevar a cabo con la participación de la</p>	<p>Todo este programa lo vamos a llevar a cabo con la</p>	<p>Por primera vez hace referencia a la gente incluida en ese equipo del cual ha</p>	<p>La inclusión del hablante ya está encaminada hacia personas específicas al lado del</p>

<p>la participación de la gente y con el apoyo de los miembros del gabinete. Como ustedes saben, di a conocer al equipo que me ayudará a gobernar el país.</p> <p>Párrafo 26/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>participación de la gente y con el apoyo de los miembros del gabinete. Como ustedes saben, di a conocer al equipo que me ayudará a gobernar el país.</p>	<p>gente y con el apoyo de los miembros del gabinete. Como ustedes saben, di a conocer al equipo que me ayudará a gobernar el país.</p>	<p>gente y con el apoyo de los miembros del gabinete. Como ustedes saben, di a conocer al equipo que me ayudará a gobernar el país.</p>	<p>participación de la gente y con el apoyo de los miembros del gabinete. Como ustedes saben, di a conocer al equipo que me ayudará a gobernar el país.</p>	<p>estado hablando.</p>	<p>candidato, incluso adhiere al público receptor. Usa presente y futuro, indicando acciones posibles una vez logrado el triunfo.</p>
<p>Se trata de mujeres y hombres honestos y con experiencia. Marcelo Ebrard será secretario de Gobernación; Rogelio Ramírez de la O, secretario de Hacienda; Juan Ramón de la Fuente, secretario de Educación; Claudia Sheinbaum Pardo, secretaria de Medio Ambiente; Javier Jiménez Espriú, secretario de Comunicaciones</p>	<p>Se trata de mujeres y hombres honestos y con experiencia. Marcelo Ebrard será secretario de Gobernación; Rogelio Ramírez de la O, secretario de Hacienda; Juan Ramón de la Fuente, secretario de Educación; Claudia Sheinbaum Pardo, secretaria de Medio Ambiente; Javier Jiménez</p>	<p>Se trata de mujeres y hombres honestos y con experiencia. Marcelo Ebrard será secretario de Gobernación; Rogelio Ramírez de la O, secretario de Hacienda; Juan Ramón de la Fuente, secretario de Educación; Claudia Sheinbaum Pardo, secretaria de Medio Ambiente; Javier Jiménez Espriú, secretario de Comunicaciones y Transportes; Fernando Turner, secretario de Economía; Adolfo</p>	<p>Se trata de mujeres y hombres honestos y con experiencia. Marcelo Ebrard será secretario de Gobernación; Rogelio Ramírez de la O, secretario de Hacienda; Juan Ramón de la Fuente, secretario de Educación; Claudia Sheinbaum Pardo, secretaria de Medio Ambiente; Javier Jiménez Espriú, secretario de Comunicaciones y Transportes; Fernando Turner, secretario de Economía; Adolfo</p>	<p>Se trata de mujeres y hombres honestos y con experiencia. Marcelo Ebrard será secretario de Gobernación; Rogelio Ramírez de la O, secretario de Hacienda; Juan Ramón de la Fuente, secretario de Educación; Claudia Sheinbaum Pardo, secretaria de Medio Ambiente; Javier Jiménez</p>	<p>Menciona nombres conocidos para ganar adeptos, es curioso observar que inicie por Ebrard, que pudo ser otro candidato y cierre con Cárdenas que fue candidato a la Presidencia de la República en tres ocasiones. Gente identificada, reconocida y que representa la unión del PRD. Siempre menciona en primer lugar la palabra mujeres.</p>	<p>Un listado de nombres con los que busca lograr la aceptación y el voto, pues se trata de gente conocida y reconocida en los rubros a que refiere, incluye tanto a hombres como a mujeres. Habla en presente para darlos a conocer, en futuro para indicar que podrían ejercer determinada función una vez en el gobierno y magnifica sus cualidades descartando que se trate de gente “corrupta e inexperta”, otra referencia indirecta al PRI.</p>

<p>y Transportes; Fernando Turner, secretario de Economía; Adolfo Hellmund López, secretario de Energía; María Luisa Albores, secretaria de Reforma Agraria; René Drucker Colín, secretario de Ciencia, Tecnología e Innovación; Víctor Suárez Carrera, secretario de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación; Sergio Rodríguez Cuevas, secretario de Salud; José Agustín Ortiz Pinchetti, secretario del Trabajo y Previsión Social; Genaro Góngora Pimentel,</p>	<p>Espriú, secretario de Comunicaciones y Transportes; Fernando Turner, secretario de Economía; Adolfo Hellmund López, secretario de Energía; María Luisa Albores, secretaria de Reforma Agraria; René Drucker Colín, secretario de Ciencia, Tecnología e Innovación; Víctor Suárez Carrera, secretario de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación; Sergio Rodríguez Cuevas, secretario de Salud; José Agustín Ortiz Pinchetti, secretario del</p>	<p>Hellmund López, secretario de Energía; María Luisa Albores, secretaria de Reforma Agraria; René Drucker Colín, secretario de Ciencia, Tecnología e Innovación; Víctor Suárez Carrera, secretario de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación; Sergio Rodríguez Cuevas, secretario de Salud; José Agustín Ortiz Pinchetti, secretario del Trabajo y Previsión Social; Genaro Góngora Pimentel, Consejero Jurídico de la Presidencia; Miguel Torruco Marqués, Secretario de Turismo; Raquel Sosa Elízaga, secretaria de Desarrollo Social; Bertha Elena Luján Uranga, secretaria de Honestidad y Combate a la</p>	<p>Hellmund López, secretario de Energía; María Luisa Albores, secretaria de Reforma Agraria; René Drucker Colín, secretario de Ciencia, Tecnología e Innovación; Víctor Suárez Carrera, secretario de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación; Sergio Rodríguez Cuevas, secretario de Salud; José Agustín Ortiz Pinchetti, secretario del Trabajo y Previsión Social; Genaro Góngora Pimentel, Consejero Jurídico de la Presidencia; Miguel Torruco Marqués, Secretario de Turismo; Raquel Sosa Elízaga, secretaria de Desarrollo Social; Bertha Elena Luján Uranga, secretaria de Honestidad y Combate a la</p>	<p>Espriú, secretario de Comunicaciones y Transportes; Fernando Turner, secretario de Economía; Adolfo Hellmund López, secretario de Energía; María Luisa Albores, secretaria de Reforma Agraria; René Drucker Colín, secretario de Ciencia, Tecnología e Innovación; Víctor Suárez Carrera, secretario de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación; Sergio Rodríguez Cuevas, secretario de Salud; José Agustín Ortiz Pinchetti, secretario del</p>		
---	---	--	--	---	--	--

<p>Consejero Jurídico de la Presidencia; Miguel Torruco Marqués, Secretario de Turismo; Raquel Sosa Elízaga, secretaria de Desarrollo Social; Bertha Elena Luján Uranga, secretaria de Honestidad y Combate a la Corrupción; Bernardo Bátiz Vázquez, Procurador General de la República; Manuel Mondragón y Kalb, secretario de Seguridad Pública; Elena Poniatowska Amor, secretaria de Cultura; Jorge Eduardo Navarrete López, secretario de Relaciones Exteriores. El ingeniero Cuauhtémoc</p>	<p>Trabajo y Previsión Social; Genaro Góngora Pimentel, Consejero Jurídico de la Presidencia; Miguel Torruco Marqués, Secretario de Turismo; Raquel Sosa Elízaga, secretaria de Desarrollo Social; Bertha Elena Luján Uranga, secretaria de Honestidad y Combate a la Corrupción; Bernardo Bátiz Vázquez, Procurador General de la República; Manuel Mondragón y Kalb, secretario de Seguridad Pública; Elena Poniatowska Amor, secretaria de Cultura; Jorge Eduardo Navarrete</p>	<p>Corrupción; Bernardo Bátiz Vázquez, Procurador General de la República; Manuel Mondragón y Kalb, secretario de Seguridad Pública; Elena Poniatowska Amor, secretaria de Cultura; Jorge Eduardo Navarrete López, secretario de Relaciones Exteriores. El ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas será director general de PEMEX.</p>	<p>Corrupción; Bernardo Bátiz Vázquez, Procurador General de la República; Manuel Mondragón y Kalb, secretario de Seguridad Pública; Elena Poniatowska Amor, secretaria de Cultura; Jorge Eduardo Navarrete López, secretario de Relaciones Exteriores. El ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas será director general de PEMEX.</p>	<p>Trabajo y Previsión Social; Genaro Góngora Pimentel, Consejero Jurídico de la Presidencia; Miguel Torruco Marqués, Secretario de Turismo; Raquel Sosa Elízaga, secretaria de Desarrollo Social; Bertha Elena Luján Uranga, secretaria de Honestidad y Combate a la Corrupción; Bernardo Bátiz Vázquez, Procurador General de la República; Manuel Mondragón y Kalb, secretario de Seguridad Pública; Elena Poniatowska Amor, secretaria de Cultura; Jorge Eduardo Navarrete</p>		
---	--	--	--	--	--	--

<p>Cárdenas será director general de PEMEX.</p> <p>Párrafo 27/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>López, secretario de Relaciones Exteriores. El ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas será director general de PEMEX.</p>			<p>López, secretario de Relaciones Exteriores. El ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas será director general de PEMEX.</p>		
<p>Amigas y amigos: Hemos trabajado con intensidad y hemos hecho bien las cosas para volver a ganar la Presidencia de la República. Hay condiciones inmejorables. Tenemos organización. Contamos con el respaldo de militantes de partidos y, sobre todo, de ciudadanos independientes. También puedo asegurar que vamos a obtener muchos votos de priistas y panistas,</p>	<p>Amigas y amigos: Hemos trabajado con intensidad y hemos hecho bien las cosas para volver a ganar la Presidencia de la República. Hay condiciones inmejorables. Tenemos organización. Contamos con el respaldo de militantes de partidos y, sobre todo, de ciudadanos independientes. También puedo asegurar que vamos a obtener muchos votos de priistas y panistas, inconformes con</p>	<p>Amigas y amigos: Hemos trabajado con intensidad y hemos hecho bien las cosas para volver a ganar la Presidencia de la República. Hay condiciones inmejorables. Tenemos organización. Contamos con el respaldo de militantes de partidos y, sobre todo, de ciudadanos independientes. También puedo asegurar que vamos a obtener muchos votos de priistas y panistas, inconformes con el régimen de corrupción y con tanta mezquindad de dirigentes políticos como</p>	<p>Amigas y amigos: Hemos trabajado con intensidad y hemos hecho bien las cosas para volver a ganar la Presidencia de la República. Hay condiciones inmejorables. Tenemos organización. Contamos con el respaldo de militantes de partidos y, sobre todo, de ciudadanos independientes. También puedo asegurar que vamos a obtener muchos votos de priistas y panistas, inconformes con el régimen de corrupción y con tanta mezquindad de dirigentes políticos como</p>	<p>Amigas y amigos: Hemos trabajado con intensidad y hemos hecho bien las cosas para volver a ganar la Presidencia de la República. Hay condiciones inmejorables. Tenemos organización. Contamos con el respaldo de militantes de partidos y, sobre todo, de ciudadanos independientes. También puedo asegurar que vamos a obtener muchos votos de priistas y panistas, inconformes con</p>	<p>Con este párrafo, AMLO recuerda que un sexenio atrás aseguró ser el presidente legítimo. Siendo así ¿podría reelegirse? Menciona al mismo nivel de mezquindad a políticos de otros partidos que son del suyo.</p>	<p>Alude a las elecciones de 2006 en las que AMLO supuso un triunfo. Además, le da una categoría de perfección al gabinete que propone en el que está incluido el hablante. Usa el tiempo presente para encaminarse al cierre de discurso y solicitar el voto.</p>

<p>inconformes con el régimen de corrupción y con tanta mezquindad de dirigentes políticos como Carlos Salinas de Gortari, Elba Esther Gordillo o Vicente Fox.</p> <p>Párrafo 28/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>el régimen de corrupción y con tanta mezquindad de dirigentes políticos como Carlos Salinas de Gortari, Elba Esther Gordillo o Vicente Fox.</p>	<p>Carlos Salinas de Gortari, Elba Esther Gordillo o Vicente Fox.</p>	<p>Carlos Salinas de Gortari, Elba Esther Gordillo o Vicente Fox.</p>	<p>el régimen de corrupción y con tanta mezquindad de dirigentes políticos como Carlos Salinas de Gortari, Elba Esther Gordillo o Vicente Fox.</p>		
<p>Sin duda, lo que más nos ha ayudado a animar a la gente, a sacudir las conciencias, ha sido el movimiento de los jóvenes. Ellos nos están dando un gran ejemplo. Han dicho no a la simulación, no a la mentira, no al engaño. Ellos han despertado a muchos ciudadanos, y así lo he constatado en</p>	<p>Sin duda, lo que más nos ha ayudado a animar a la gente, a sacudir las conciencias, ha sido el movimiento de los jóvenes. Ellos nos están dando un gran ejemplo. Han dicho no a la simulación, no a la mentira, no al engaño. Ellos han despertado a muchos ciudadanos, y así lo he constatado en</p>	<p>Sin duda, lo que más nos ha ayudado a animar a la gente, a sacudir las conciencias, ha sido el movimiento de los jóvenes. Ellos nos están dando un gran ejemplo. Han dicho no a la simulación, no a la mentira, no al engaño. Ellos han despertado a muchos ciudadanos, y así lo he constatado en todo el país, al grado que en nuestros días, ser joven es un gran orgullo, es un</p>	<p>Sin duda, lo que más nos ha ayudado a animar a la gente, a sacudir las conciencias, ha sido el movimiento de los jóvenes. Ellos nos están dando un gran ejemplo. Han dicho no a la simulación, no a la mentira, no al engaño. Ellos han despertado a muchos ciudadanos, y así lo he constatado en todo el país, al grado que en nuestros días, ser joven es un gran orgullo, es un</p>	<p>Sin duda, lo que más nos ha ayudado a animar a la gente, a sacudir las conciencias, ha sido el movimiento de los jóvenes. Ellos nos están dando un gran ejemplo. Han dicho no a la simulación, no a la mentira, no al engaño. Ellos han despertado a muchos ciudadanos, y así lo he constatado en</p>	<p>Da gracias a movimientos como el “#YoSoy132” en la inclinación a favor de él, dedica todo el párrafo para mencionar el orgullo que siente por éstos, lo cual es un incentivo para que los jóvenes voten por él.</p>	<p>AMLO se incluye en el sector adulto que, se supone, sigue el ejemplo del sector joven que asegura, le dará su voto. Incluso magnifica el hecho de ser joven y usa el antepresente como acciones que llevan cierto tiempo de ocurrir para lograr un voto (o varios) a su favor.</p>

<p>todo el país, al grado que en nuestros días, ser joven es un gran orgullo, es un honor. ¡Que vivan los jóvenes, que vivan los estudiantes!</p> <p>Párrafo 29/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>todo el país, al grado que en nuestros días, ser joven es un gran orgullo, es un honor. ¡Que vivan los jóvenes, que vivan los estudiantes!</p>	<p>honor. ¡Que vivan los jóvenes, que vivan los estudiantes!</p>	<p>honor. ¡Que vivan los jóvenes, que vivan los estudiantes!</p>	<p>todo el país, al grado que en nuestros días, ser joven es un gran orgullo, es un honor. ¡Que vivan los jóvenes, que vivan los estudiantes!</p>		
<p>Por todas estas razones es que considero que vamos a volver a ganar la presidencia. A nuestros adversarios no les funcionó su estrategia. Fracasó el intento de imponer a Peña Nieto mediante la mercadotecnia y la publicidad. Pensaron los patrocinadores de Peña, que son los</p>	<p>Por todas estas razones es que considero que vamos a volver a ganar la presidencia. A nuestros adversarios no les funcionó su estrategia. Fracasó el intento de imponer a Peña Nieto mediante la mercadotecnia y la publicidad. Pensaron los patrocinadores de Peña, que son los más tenaces</p>	<p>Por todas estas razones es que considero que vamos a volver a ganar la presidencia. A nuestros adversarios no les funcionó su estrategia. Fracasó el intento de imponer a Peña Nieto mediante la mercadotecnia y la publicidad. Pensaron los patrocinadores de Peña, que son los más tenaces defensores del actual régimen de corrupción, que iba</p>	<p>Por todas estas razones es que considero que vamos a volver a ganar la presidencia. A nuestros adversarios no les funcionó su estrategia. Fracasó el intento de imponer a Peña Nieto mediante la mercadotecnia y la publicidad. Pensaron los patrocinadores de Peña, que son los más tenaces defensores del actual régimen de corrupción, que iba</p>	<p>Por todas estas razones es que considero que vamos a volver a ganar la presidencia. A nuestros adversarios no les funcionó su estrategia. Fracasó el intento de imponer a Peña Nieto mediante la mercadotecnia y la publicidad. Pensaron los patrocinadores de Peña, que son los más tenaces</p>	<p>Da por hecho que EPN va a perder la elección y nuevamente se reafirma como “presidente legítimo”. Otra vez lanza una indirecta contra Televisa y además contra Salinas.</p>	<p>Un párrafo que va en contra de Televisa y de Carlos Salinas, en donde refiere directamente a Peña Nieto; al no mencionar a los otros candidatos se puede observar que ve como su único rival peligroso a EPN, usa la inclusión del hablante pero al inicio del párrafo pone como dudoso su triunfo, magnifica con adjetivos cuando habla de sus oponentes, usa el presente y por primera vez el copretérito refiriendo a lo que querían sus contrincantes.</p>

<p>más tenaces defensores del actual régimen de corrupción, que iba a ser un día de campo, un mero requisito sentar a Peña en la silla presidencial, pero la realidad es otra. La gente quiere un cambio verdadero y no lo podrán impedir ni la guerra sucia ni la compra de lealtades, conciencias y de votos. En nuestra última encuesta, del pasado fin de semana, estamos arriba y cada vez se escucha más el grito de ¡Vamos a ganar!</p> <p>Párrafo 30/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>defensores del actual régimen de corrupción, que iba a ser un día de campo, un mero requisito sentar a Peña en la silla presidencial, pero la realidad es otra. La gente quiere un cambio verdadero y no lo podrán impedir ni la guerra sucia ni la compra de lealtades, conciencias y de votos. En nuestra última encuesta, del pasado fin de semana, estamos arriba y cada vez se escucha más el grito de ¡Vamos a ganar!</p>	<p>a ser un día de campo, un mero requisito sentar a Peña en la silla presidencial, pero la realidad es otra. La gente quiere un cambio verdadero y no lo podrán impedir ni la guerra sucia ni la compra de lealtades, conciencias y de votos. En nuestra última encuesta, del pasado fin de semana, estamos arriba y cada vez se escucha más el grito de ¡Vamos a ganar!</p>	<p>a ser un día de campo, un mero requisito sentar a Peña en la silla presidencial, pero la realidad es otra. La gente quiere un cambio verdadero y no lo podrán impedir ni la guerra sucia ni la compra de lealtades, conciencias y de votos. En nuestra última encuesta, del pasado fin de semana, estamos arriba y cada vez se escucha más el grito de ¡Vamos a ganar!</p>	<p>defensores del actual régimen de corrupción, que iba a ser un día de campo, un mero requisito sentar a Peña en la silla presidencial, pero la realidad es otra. La gente quiere un cambio verdadero y no lo podrán impedir ni la guerra sucia ni la compra de lealtades, conciencias y de votos. En nuestra última encuesta, del pasado fin de semana, estamos arriba y cada vez se escucha más el grito de ¡Vamos a ganar!</p>		
<p>Amigas y amigos: En estos días</p>	<p>Amigas y amigos: En estos días</p>	<p>Amigas y amigos: En estos días debemos aplicarnos</p>	<p>Amigas y amigos: En estos días debemos aplicarnos</p>	<p>Amigas y amigos: En estos días</p>	<p>Cierre de campaña, se dirige a su público mencionando siempre</p>	<p>Se incluye en el discurso hasta que sugiere seguir con la</p>

<p>debemos aplicarnos a fondo. No se puede hacer campaña pero, como es obvio, vamos a seguir relacionándonos con familiares, amigos, vecinos y compañeras y compañeros de trabajo. No dejemos de orientar y convencer, no dejemos de actuar como protagonistas del cambio verdadero, que cada hombre, que cada mujer consciente se haga cargo de invitar a votar, cuando menos, a 5 ciudadanos más y que logremos una amplia participación electoral.</p> <p>Párrafo 31/36</p>	<p>debemos aplicarnos a fondo. No se puede hacer campaña pero, como es obvio, vamos a seguir relacionándonos con familiares, amigos, vecinos y compañeras y compañeros de trabajo. No dejemos de orientar y convencer, no dejemos de actuar como protagonistas del cambio verdadero, que cada hombre, que cada mujer consciente se haga cargo de invitar a votar, cuando menos, a 5 ciudadanos más y que logremos una amplia participación electoral.</p>	<p>a fondo. No se puede hacer campaña pero, como es obvio, vamos a seguir relacionándonos con familiares, amigos, vecinos y compañeras y compañeros de trabajo. No dejemos de orientar y convencer, no dejemos de actuar como protagonistas del cambio verdadero, que cada hombre, que cada mujer consciente se haga cargo de invitar a votar, cuando menos, a 5 ciudadanos más y que logremos una amplia participación electoral.</p>	<p>a fondo. No se puede hacer campaña pero, como es obvio, vamos a seguir relacionándonos con familiares, amigos, vecinos y compañeras y compañeros de trabajo. No dejemos de orientar y convencer, no dejemos de actuar como protagonistas del cambio verdadero, que cada hombre, que cada mujer consciente se haga cargo de invitar a votar, cuando menos, a 5 ciudadanos más y que logremos una amplia participación electoral.</p>	<p>debemos aplicarnos a fondo. No se puede hacer campaña pero, como es obvio, vamos a seguir relacionándonos con familiares, amigos, vecinos y compañeras y compañeros de trabajo. No dejemos de orientar y convencer, no dejemos de actuar como protagonistas del cambio verdadero, que cada hombre, que cada mujer consciente se haga cargo de invitar a votar, cuando menos, a 5 ciudadanos más y que logremos una amplia participación electoral.</p>	<p>en primer lugar al género femenino, con lo que da un sentido distinto al que da EPN. Casi asegura que se debe seguir haciendo campaña aunque no de manera oficial.</p>	<p>campana. Llama a hombres y mujeres conscientes a quienes votarán por él. Es decir ¿Los demás son inconscientes? Invita a su público a que persuadan a otros de votar, aunque tampoco parece estar convencido al hacer uso del presente subjuntivo. Magnifica nombrándose otra vez presidente legítimo, mismo que “modestamente” acepta haber hecho bien las cosas.</p>
--	---	--	--	---	---	---

Cierre de campaña AMLO 25-06-2012						
También, aunque ya se cuenta con 450 mil ciudadanos de nuestro movimiento para cuidar las casillas, el próximo domingo hay que ir a votar y estar pendientes y vigilantes hasta tener en nuestro poder los resultados, casilla por casilla y terminar de consumir, con la participación de todos, la gesta histórica de iniciar la transformación de México, por el bien del pueblo y para gloria de nuestra patria. En la noche del domingo, habrá fiesta cívica nacional.	También, aunque ya se cuenta con 450 mil ciudadanos de nuestro movimiento para cuidar las casillas, el próximo domingo hay que ir a votar y estar pendientes y vigilantes hasta tener en nuestro poder los resultados, casilla por casilla y terminar de consumir, con la participación de todos, la gesta histórica de iniciar la transformación de México, por el bien del pueblo y para gloria de nuestra patria. En la noche del domingo, habrá fiesta cívica nacional.	También, aunque ya se cuenta con 450 mil ciudadanos de nuestro movimiento para cuidar las casillas, el próximo domingo hay que ir a votar y estar pendientes y vigilantes hasta tener en nuestro poder los resultados, casilla por casilla y terminar de consumir, con la participación de todos, la gesta histórica de iniciar la transformación de México, por el bien del pueblo y para gloria de nuestra patria. En la noche del domingo, habrá fiesta cívica nacional.	También, aunque ya se cuenta con 450 mil ciudadanos de nuestro movimiento para cuidar las casillas, el próximo domingo hay que ir a votar y estar pendientes y vigilantes hasta tener en nuestro poder los resultados, casilla por casilla y terminar de consumir, con la participación de todos, la gesta histórica de iniciar la transformación de México, por el bien del pueblo y para gloria de nuestra patria. En la noche del domingo, habrá fiesta cívica nacional.	También, aunque ya se cuenta con 450 mil ciudadanos de nuestro movimiento para cuidar las casillas, el próximo domingo hay que ir a votar y estar pendientes y vigilantes hasta tener en nuestro poder los resultados, casilla por casilla y terminar de consumir, con la participación de todos, la gesta histórica de iniciar la transformación de México, por el bien del pueblo y para gloria de nuestra patria. En la noche del domingo, habrá fiesta cívica nacional.	Cita a todos los ciudadanos a votar y a esperar los resultados de los comicios. Asegura que de ganar sería motivo de fiesta y de cambio, sigue olvidando a un sector amplio que está en su contra.	En ciertas ocasiones, AMLO parece olvidar que hay otros contrincantes y personas que apoyan otros movimientos, da por hecho que además todos sus votantes anhelan su posible triunfo y será motivo de fiesta. Magnífica en demasía su posible triunfo y las consecuencias del mismo; habla en presente y en futuro indicando seguridad.

<p>Párrafo 32/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>						
<p>Amigas y amigos: Voy a gobernar para todos. El cambio consiste precisamente en eso, en que ya no haya un gobierno sectario, para un pequeño grupo, que solo proteja al uno por ciento de la población. Lo nuestro será distinto. Gobernaré para ricos y pobres; para la gente del campo y de la ciudad; para mis simpatizantes y para mis adversarios, que tendrán amplias garantías y serán respetadas sus libertades. No habrá persecución ni destierro para</p>	<p>Amigas y amigos: Voy a gobernar para todos. El cambio consiste precisamente en eso, en que ya no haya un gobierno sectario, para un pequeño grupo, que solo proteja al uno por ciento de la población. Lo nuestro será distinto. Gobernaré para ricos y pobres; para la gente del campo y de la ciudad; para mis simpatizantes y para mis adversarios, que tendrán amplias garantías y serán respetadas sus libertades. No habrá persecución ni destierro para nadie.</p>	<p>Amigas y amigos: Voy a gobernar para todos. El cambio consiste precisamente en eso, en que ya no haya un gobierno sectario, para un pequeño grupo, que solo proteja al uno por ciento de la población. Lo nuestro será distinto. Gobernaré para ricos y pobres; para la gente del campo y de la ciudad; para mis simpatizantes y para mis adversarios, que tendrán amplias garantías y serán respetadas sus libertades. No habrá persecución ni destierro para nadie.</p>	<p>Amigas y amigos: Voy a gobernar para todos. El cambio consiste precisamente en eso, en que ya no haya un gobierno sectario, para un pequeño grupo, que solo proteja al uno por ciento de la población. Lo nuestro será distinto. Gobernaré para ricos y pobres; para la gente del campo y de la ciudad; para mis simpatizantes y para mis adversarios, que tendrán amplias garantías y serán respetadas sus libertades. No habrá persecución ni destierro para nadie.</p>	<p>Amigas y amigos: Voy a gobernar para todos. El cambio consiste precisamente en eso, en que ya no haya un gobierno sectario, para un pequeño grupo, que solo proteja al uno por ciento de la población. Lo nuestro será distinto. Gobernaré para ricos y pobres; para la gente del campo y de la ciudad; para mis simpatizantes y para mis adversarios, que tendrán amplias garantías y serán respetadas sus libertades. No habrá persecución ni destierro para nadie.</p>	<p>En este párrafo atenta contra gobiernos del PRI y del PAN al asegurar que sólo han gobernado de forma sectaria.</p>	<p>Un párrafo que inicia con “todos” y termina con “nadie”, la universalización que contempla a todos los sectores, incluso a sus oponentes, pero eso mismo indica que va en contra de gobiernos de otros partidos que han estado al frente del país, supone AMLO, para pocos. Proyecta acciones en futuro y presente por futuro, el hablante incluido en su propuesta magnifica lo negativo del PRI y del PAN.</p>

nadie. Párrafo 33/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012						
No buscamos venganza, queremos justicia. No odiamos a nadie. Sencillamente queremos lograr el renacimiento económico, social, político, pero sobre todo, el renacimiento moral de México. Inaugurar una etapa nueva en la vida pública del país, con un presidente de la República que no esté subordinado a ningún grupo de interés creado y que solo tenga como amo al pueblo de México.	No buscamos venganza, queremos justicia. No odiamos a nadie. Sencillamente queremos lograr el renacimiento económico, social, político, pero sobre todo, el renacimiento moral de México. Inaugurar una etapa nueva en la vida pública del país, con un presidente de la República que no esté subordinado a ningún grupo de interés creado y que solo tenga como amo al pueblo de México.	No buscamos venganza, queremos justicia. No odiamos a nadie. Sencillamente queremos lograr el renacimiento económico, social, político, pero sobre todo, el renacimiento moral de México. Inaugurar una etapa nueva en la vida pública del país, con un presidente de la República que no esté subordinado a ningún grupo de interés creado y que solo tenga como amo al pueblo de México.	No buscamos venganza, queremos justicia. No odiamos a nadie. Sencillamente queremos lograr el renacimiento económico, social, político, pero sobre todo, el renacimiento moral de México. Inaugurar una etapa nueva en la vida pública del país, con un presidente de la República que no esté subordinado a ningún grupo de interés creado y que solo tenga como amo al pueblo de México.	No buscamos venganza, queremos justicia. No odiamos a nadie. Sencillamente queremos lograr el renacimiento económico, social, político, pero sobre todo, el renacimiento moral de México. Inaugurar una etapa nueva en la vida pública del país, con un presidente de la República que no esté subordinado a ningún grupo de interés creado y que solo tenga como amo al pueblo de México.	Un párrafo que representa una defensa sobre todo lo que se dijo del candidato de manera negativa durante la campaña y se deslinda de empresas y de mismos partidos políticos que lo respalden.	Aquí, AMLO deja claro en su discurso que está deslindado de empresas o personas como el PRI y el PAN, sin embargo en la política están detrás dirigentes y partidos a los que se representa. Nuevamente magnifica su posible triunfo, se incluye y parece defenderse en contra de ataques, pese a que antes se aseguró que esto no tenía mayor relevancia.

<p>Párrafo 34/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>						
<p>Para terminar, quiero decirles con toda sinceridad que no se preocupen, no les voy a fallar, no voy a traicionar al pueblo de México. Estaré como siempre a la altura de ustedes. Voy a gobernar con rectitud, con entrega y con justicia.</p> <p>Párrafo 35/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>Para terminar, quiero decirles con toda sinceridad que no se preocupen, no les voy a fallar, no voy a traicionar al pueblo de México. Estaré como siempre a la altura de ustedes. Voy a gobernar con rectitud, con entrega y con justicia.</p>	<p>Para terminar, quiero decirles con toda sinceridad que no se preocupen, no les voy a fallar, no voy a traicionar al pueblo de México. Estaré como siempre a la altura de ustedes. Voy a gobernar con rectitud, con entrega y con justicia.</p>	<p>Para terminar, quiero decirles con toda sinceridad que no se preocupen, no les voy a fallar, no voy a traicionar al pueblo de México. Estaré como siempre a la altura de ustedes. Voy a gobernar con rectitud, con entrega y con justicia.</p>	<p>Para terminar, quiero decirles con toda sinceridad que no se preocupen, no les voy a fallar, no voy a traicionar al pueblo de México. Estaré como siempre a la altura de ustedes. Voy a gobernar con rectitud, con entrega y con justicia.</p>	<p>Se autootorga el estatus de buen gobernante al asegurar que siempre ha estado “a la altura” del pueblo mexicano.</p>	<p>Aquí, AMLO se autorreconoce como buen gobernante y asevera que así continuará. Hace otra defensa al asegurar que no defraudará a su pueblo, pues mucho se le han cuestionado las propuestas, que como se marca aquí mismo, reflejan tintes inverosímiles. El hablante se incluye para cerrar un compromiso y habla en presente por futuro que observa como próximo.</p>
<p>Vamos pues, todos juntos, a hacer historia. Vamos con decisión, con optimismo y alegría, a buscar una nueva vida. Vamos a construir una patria nueva. ¡Viva la libertad!</p>	<p>Vamos pues, todos juntos, a hacer historia. Vamos con decisión, con optimismo y alegría, a buscar una nueva vida. Vamos a construir una patria nueva. ¡Viva la libertad!</p>	<p>Vamos pues, todos juntos, a hacer historia. Vamos con decisión, con optimismo y alegría, a buscar una nueva vida. Vamos a construir una patria nueva. ¡Viva la libertad! ¡Viva la justicia! ¡Viva la democracia!</p>	<p>Vamos pues, todos juntos, a hacer historia. Vamos con decisión, con optimismo y alegría, a buscar una nueva vida. Vamos a construir una patria nueva. ¡Viva la libertad! ¡Viva la justicia! ¡Viva la democracia!</p>	<p>Vamos pues, todos juntos, a hacer historia. Vamos con decisión, con optimismo y alegría, a buscar una nueva vida. Vamos a construir una patria nueva. ¡Viva la libertad!</p>	<p>Usa también el grito patriótico atribuido a los héroes mexicanos de la independencia (mismo que se da cada 15 de septiembre). Lanza una última invitación a votar y deja abierta la respuesta del público al no despedirse ni dar agradecimientos.</p>	<p>De manera anafórica, lanza la última invitación a que voten por él; se incluye en la petición que motiva hacia el voto y magnifica el posible resultado favorable. Cierra su discurso con un grito patriótico identificable para todos con tres “¡Viva México!” al final, dejando abierta la reacción de</p>

<p>¡Viva la justicia! ¡Viva la democracia! ¡Viva la nueva República! ¡Viva México! ¡Viva México! ¡Viva México!</p> <p>Párrafo 36/36 Cierre de campaña AMLO 25-06-2012</p>	<p>¡Viva la justicia! ¡Viva la democracia! ¡Viva la nueva República! ¡Viva México! ¡Viva México! ¡Viva México!</p>	<p>¡Viva la nueva República! ¡Viva México! ¡Viva México! ¡Viva México!</p>	<p>¡Viva la nueva República! ¡Viva México! ¡Viva México! ¡Viva México!</p>	<p>¡Viva la justicia! ¡Viva la democracia! ¡Viva la nueva República! ¡Viva México! ¡Viva México! ¡Viva México!</p>		<p>los presentes.</p>
--	---	---	---	---	--	-----------------------

Imagen 1 - EPN Cierre de campaña. Plataforma: Facebook.



Esta imagen aparece en el perfil de Facebook de Enrique Peña Nieto, se encuentra en el álbum de cierre de campaña en el Distrito Federal, cuenta con 669 likes, 64 comentarios y ha sido compartida en 101 ocasiones. Es una de las 57 fotografías subidas al álbum para constatar cómo fue llevado a cabo el cierre de campaña en el Estadio Azteca.

La imagen presentada aquí **denota** un acto político realizado en un espacio amplio como lo es un estadio de fútbol, que en apariencia se encuentra lleno de personas que acudieron a presenciar el acto de cierre de campaña de Enrique Peña Nieto. En la imagen puede observarse al candidato mirando de frente hacia una botarga que lo representa, y que tiene puesta, a manera de capa, una tela roja (color característico del PRI), con el logotipo de una e en forma de arroba, movimiento llamado *ectivismo*, encabezado por jóvenes que estaban a favor de EPN. Todas las personas al lado de la botarga visten playeras blancas con matices rojos. También se visualizan pancartas con el letrero #ContigoHastaLosPinos, que utiliza al inicio el símbolo de numeral # o gato, usado en redes como Twitter y Facebook para hacer mención hacia algún tópico. Gran cantidad de personas de las que se encuentran al frente

cuentan con cámaras fotográficas con las que toman la imagen del candidato que aparece en un plano superior saludando a su público.

Aquí, se **connota** que el candidato del PRI aparece como superior a aquellas personas a las que va a gobernar, quienes más que sus seguidores políticos parecieran un club de fans esperando a que su artista les tome la mano, esos fans son los integrantes del movimiento *ectivista* surgido en contra del #YoSoy132 (que usó el mismo signo numeral # o gato para difundir sus propuestas y menciones a través de Twitter), por lo que se nota una referencia indirecta hacia dicho movimiento ciberactivista. La botarga que representa a EPN lo alude a partir de características con las cuales fue reconocido el candidato, como ir siempre bien vestido y peinado con su copete peculiar. Se infiere que la persona que lo representa no lo hace en sentido de burla, sino de admiración al tratar de realizar una imitación visual y de comportamiento del candidato.

De acuerdo a la función de **anclaje**, está señalada por la botarga del candidato (que llama la atención en primera instancia) que *mira* hacia el candidato, quien también la observa; EPN se encuentra saludando a la gente. Como función de **relevo** están las pancartas con la leyenda #ContigoHastaLosPinos, la e del movimiento *ectivista* y los señalamientos con el nombre del candidato y los colores del PRI en la sección posterior, mismos que muestran la leyenda *Enrique Peña Nieto, Presidente 2012-2018*; al fondo pueden apreciarse otros carteles, que aunque no son legibles por la calidad y el tamaño de la imagen, dan cuenta de que se trata del PRI por el uso del color rojo.

Los sujetos participantes referidos a personas son el público presente en el acto, el candidato y las personas que miraron esta ciberimagen, el que la fotografía esté tomada de esa manera pretende reflejar la cercanía del candidato con las personas que le muestran su apoyo, también pretende dar a conocer la cantidad de personas que acudieron al cierre de campaña, mostrando un Estadio Azteca lleno, algo que, por ejemplo, no se observa en otras imágenes políticas como las de Josefina Vázquez Mota en su inicio de campaña en el Estadio Azul. Entre los objetos que están representando algo, está la imagen de la botarga del candidato, los letreros con los colores del PRI que a la vez son los colores de la bandera

(uno de nuestros símbolos patrios) y las pancartas que se usan de forma clásica en los actos de campaña.

Imagen 1 - AMLO Cierre de campaña. Plataforma: Portal oficial.



A diferencia de EPN, Andrés Manuel López Obrador hizo aparecer las imágenes de cierre de campaña en un álbum de su página oficial, esta imagen corresponde a una de las 14 fotografías del acto de cierre subidas en este álbum.

La imagen **denota** un evento político pues ello lo reflejan las playeras, gorras y banderas que portan las personas presentes en el mismo. Predominan los colores naranja, amarillo y rojo que caracterizaron al Movimiento Ciudadano que encabezó AMLO. En la fotografía se puede observar a un candidato sonriente levantando la mano, que va caminando en medio de una turbamulta de personas de pie a su mismo nivel (es decir, AMLO en esta imagen no se encuentra arriba del templete donde dio su discurso final). La fotografía cerrada no permite observar de forma clara el lugar en donde se encontraban, pero el ver a las personas de pie y de frente da la señal de movimiento a través de alguna calle.

Se **connota** que este candidato está más cercano a su público, a pesar de que no vaya caminando al lado de los seguidores, pues cercanos al candidato están las personas de campaña, otros políticos conocidos y su esposa, no obstante, en la parte posterior se observa a una parte de las personas que acudió al cierre de campaña y que acompañan en su marcha al candidato. Se alcanzan a ver pocas cámaras fotográficas, lo que refleja que no se trata de una situación tan mediatizada y hecha espectáculo como la del candidato del PRI.

La función de **anclaje** predomina en los colores llamativos del movimiento ciudadano, posteriormente se observa al candidato AMLO levantando la mano en señal de saludo; como **relevo** se encuentran solamente los logotipos de PRD, PT y Convergencia y las banderas con la leyenda *Movimiento Ciudadano*, no se visualiza ningún grupo específico apoyando con carteles que hagan referencia indirecta a otros políticos entre el público.

Los sujetos participantes son las personas que entran nuevamente en una imagen entendida como acto político, el candidato al centro con el que se representa a una figura empática con la población, que camina como cualquier otra persona al lado de su esposa y sus colegas, aparecen también personas que se alcanzan a ver en la parte posterior que portan máscaras del movimiento ciberactivista de *Anonymous*, ya conocidos por su resistencia a los gobiernos tradicionales, y que por esas fechas habían *hackeado* la página oficial del PRI. La imagen da la impresión de que se trataba de un lugar totalmente lleno, en donde incluso sería difícil caminar por la cantidad de gente que se aprecia. Los objetos corresponden a las banderas, playeras y gorras que indican que se trata de un acto de campaña del PRD.

Imagen 2 EPN Cierre de campaña. Plataforma: Facebook.



Denota – acto político en donde el candidato levanta las manos en señal de triunfo.

Connota – la figura de una persona con poder y que se encuentra en un plano superior al resto de las personas, lo que lo sitúa en un sitio de apariencia suprema, parece también un acto espectacular en donde están al frente personas que apoyan del todo su movimiento, sin embargo les da la espalda, cosa que también puede significar liderazgo para que lo sigan hacia una meta superior, o contrariamente, podría parecer una desatención para con sus seguidores, pues a ellos, que se encuentran en el inferior ni los mira a la misma altura, mucho menos de frente.

Anclaje – EPN con las manos levantadas.

Relevo – los logotipos de las banderas de los jóvenes activistas, pancartas con la leyenda “#SoyElPRI” e incluso, un logotipo del PRI que está invertido detrás de un señor fotografiando con una tableta.

Sujetos participantes – EPN, equipo de campaña, fotógrafo, público (mujeres, hombres, jóvenes sobre todo *activistas*) y sujetos virtuales observadores de la imagen vía Facebook.

Imagen 2 AMLO Cierre de campaña. Plataforma: portal oficial.



Denota – acto político en donde hay una gran cantidad de personas en el escenario mirando atentos el discurso que da el candidato, aparentemente del Partido del Trabajo (PT) por la bandera que se encuentra a su costado. Al frente de la imagen se puede observar una mano levantando el pulgar en señal de aprobación.

Connota – Al igual que en el discurso escrito, aquí se observan varias señales que el candidato AMLO trata de mostrar como aprobación a su proyecto. Uno, el pulgar levantado que se observa en la imagen y dos, el hecho de que todas las personas presentes miren atentas su discurso. Se puede observar también el apego que tiene al DF derivado de su gobierno en el mismo, pues en el fondo de la imagen se reconoce el zócalo de la ciudad. Se observa que la imagen se ve difuminada, y a pesar de que AMLO no es lo que ocupa el centro de la fotografía, sí es lo único que se ve claro. Delante tiene unos girasoles, que siendo de color amarillo, representan al partido político del que no se alcanza a ver el logotipo (PRD).

Anclaje: bandera en color rojo del PT, posteriormente se nota al candidato AMLO dando un discurso.

Relevo: Las siglas PT y AMLO, el resto de pancartas en la imagen no se distinguen.

Imagen 3 – EPN Cierre de campaña. Plataforma: Facebook.



Denota: la imagen de una familia que se encuentra en un evento político del PVEM (algo que se ve por la imagen con el tache que hay detrás). Se observa felicidad en los rostros de la pareja y de los hijos, que miran a distintas cámaras que los están fotografiando.

Connota: la representación de un modelo de familia unida en un evento político tan trascendental como es el cierre de campaña. Todos se encuentran vestidos con colores que representan al partido político (PRI), que utiliza los colores de la bandera, misma que se puede observar en la parte posterior, como indicando que se trata de un partido que ve por el país o que es para el país, (recordemos que el PRI usa en su logo los colores de la bandera).

Anclaje – la imagen de la familia.

Relevo – los logotipos con las palabras “Peña Nieto” (apellidos del candidato) y las frases “vamos a ganar más”.

Sujetos participantes – EPN, Angélica Rivera, hijos de ambos, fotógrafo, público que mira la imagen, seguidores y gente en contra de EPN, fans de Angélica Rivera y otros que visitaran el FB.

Imagen 3 – AMLO Cierre de campaña. Plataforma: página oficial.



Denota: el cierre de un acto político, pues se observan papeles de colores lanzados al final de algún evento público. Hay apoyo de la gente cercana al candidato, que se encuentran en la parte posterior, pero a ellos les da la espalda, mira hacia donde, se entiende, debe haber personas presenciando el acto político.

Connota: Que se trata del candidato del PRD pues tiene flores amarillas frente a él. Significa también que AMLO tiene apoyo no sólo del público que lo observa de frente sino también de las personas que se encuentran detrás y que son gente conocida en el ámbito público, resalta por ejemplo, Elena Poniatowska, quien además fue nombrada en el discurso como parte de la propuesta de gabinete. La expresión de los asistentes, que se muestra en esta fotografía, muestra satisfacción y apoyo. AMLO, por su parte, se encuentra cruzando los brazos con señal de abrazo mirando hacia el público. Detrás hay una pancarta en la que resalta su mirada, usada en la publicidad de esta campaña, se distinguen parte de las iniciales AMLO con la que lo identifican, más pequeño se observa su nombre (Andrés), y aún más pequeño los apellidos López Obrador y la palabra “presidente”. Los papeles que aparecen al finalizar el acto son de los colores de la Alianza (PRD-PT-Convergencia), hay

varias personas tomando fotografías. La expresión y pose de AMLO reafirman el discurso oral en el que se autonombra ganador.

Anclaje: Fotografía de los ojos de AMLO, que atrae la atención, posteriormente los girasoles y después AMLO de pie en el templete.

Relevo: las letras que indican que se trata de López Obrador (AMLO Presidente, López Obrador, Andrés).

Sujetos participantes: fotógrafo, observadores de la imagen, público espectador, AMLO, gente detrás de AMLO.

Imagen 4 – EPN Cierre de campaña. Plataforma: Facebook.



Denota: a simple vista parecería el acercamiento de un artista hacia sus fans quienes están esperando para saludarlo, no obstante, al observar las banderas y los colores similares en las prendas de vestir, se puede observar un acto de campaña en donde el candidato se acerca a saludar a sus seguidores, éstos, de cualquier forma, sí parecen ser fans.

Connota: la reafirmación a la imagen de *guapo* que se hizo hacia Peña Nieto, por lo cual se buscó retratar la mirada de una mujer que lo observa con idilio, y que incluso lo toma fuerte de la mano y del brazo. Al lado de la mujer se encuentran otras personas que también

observan con entusiasmo a EPN y esperan tomarlo de la mano. Se ven celulares fotografiando al candidato, quien trata de poner la misma expresión que en sus carteles, aunque refleja algo de nerviosismo al mirar a la mujer que tiene enfrente. Más que un candidato, la imagen puede llegar a parecer la llegada de un artista importantísimo y esperado por un público que parece ser muy numeroso, pues se encuentra también situado en las gradas del estadio.

Anclaje: las figuras de Peña Nieto y una mujer frente a él mirándose a los ojos y tomándose de la mano.

Relevo: no hay ningún texto que explique o dé a entender el contexto de la imagen, quien conoce la figura de EPN identifica la imagen por él.

Sujetos participantes: EPN y su familia y equipo de campaña que se encuentran detrás de él, la señora que mira con idilio al candidato, otras personas del público entusiasmadas con la presencia del candidato, el fotógrafo que captó el instante específico en su cámara, todo el público presente en el estadio, observadores virtuales de la imagen.

Imagen 4 AMLO Cierre de campaña. Plataforma: página oficial.



Esta imagen muestra a AMLO y a su esposa NOMBRE, ellos no posan como ejemplo de familia feliz, los hijos no están en la fotografía.

Denota: aparenta ser la imagen de un líder de algún movimiento levantando la mano en señal de fuerza, que abraza a una mujer que podría ser de su familia. Se encuentra rodeado de personas, la imagen, por lo cerrado del encuadre, da la impresión de ser un momento en el que van avanzando por algún sitio.

Connota: la reafirmación de que AMLO es un candidato que es un ciudadano como los demás, pues da la impresión de encontrarse caminando rodeado de gente, sólo que él levanta la mano, lo que le da la facultad de convertirse en el líder de ese movimiento en el que va caminando. AMLO abraza a su esposa, ninguno de los dos está mirando a la cámara de fotos como si se tratase de artistas, la foto está tomada con la intención de diferenciar un acto político de AMLO con uno de EPN. La expresión del candidato refleja tranquilidad y seguridad en su posible triunfo.

Anclaje: AMLO levantando la mano en señal de liderazgo y poder.

Relevo: entre las personas que se encuentran en la fotografía, hay uno también al frente con una camisa que tiene el logotipo del PRD, detrás hay otra persona con una gorra con las letras del movimiento “Morena”, lo que indica a quién va representando el candidato de la imagen.

Sujetos participantes: AMLO, “esposa” y gente perteneciente a la campaña de AMLO que se encuentran rodeándolo, gente que parece ser de prensa (pues hay una cámara en la fotografía), el fotógrafo de esta imagen y los usuarios de Internet que pudieron mirar la misma.

Imagen 5 EPN Cierre de campaña. Plataforma: Facebook.



Denota: el pronunciamiento de un discurso político de un candidato que representa al país, pues tiene a su costado la bandera de México.

Connota: la manera en que está tomada la fotografía da cuenta de un candidato político que levanta las manos expresando triunfo, además, sus manos alcanzan a abarcar el letrero en la parte superior que tiene en grande los apellidos “Peña Nieto” (así identificado como político). La imagen podría generar seguridad en quien la mira pues al costado del candidato se encuentra la bandera de México, lo que quiere decir que es el candidato que representa al país, puesto que además resaltan tanto los colores de la bandera como los de su partido (PRI) que son los mismos.

Anclaje: la tonalidad de la imagen funciona como anclaje, aunque inmediato a esto atraen la atención los apellidos en grande del candidato.

Relevo: el nombre del candidato, el periodo en el que sería presidente en caso de ganar y las frases que atraen la atención y que son parte de lo que promete en campaña: “mi compromiso es contigo y con todo México”, “vas a ganar más”.

Sujetos participantes: EPN, fotógrafo y los sujetos virtuales que observan la imagen.

Imagen 5 AMLO Cierre de campaña. Plataforma: página oficial.



Denota: acto de campaña que se encuentra repleto de gente, ocupando toda una plaza enorme que es la plancha del zócalo del Distrito Federal.

Connota: el poder y liderazgo que asegura tener AMLO en su campaña. La imagen muestra un evento más de AMLO de muchos que ha realizado en el zócalo de la ciudad de México, que siempre consigue abarrotar de personas, no obstante, esta imagen también deja ver que durante el discurso de cierre de campaña, AMLO no estuvo cerca de la gente como lo enseñan otras imágenes, hay barras de barandales separando el alto templete en el que está subido el candidato de la multitud que acudió a su acto. Los que se encuentran detrás de él son gente perteneciente a la misma campaña o a su propuesta de gabinete. Esta imagen también pretende mostrar que AMLO no se ha debilitado como muchos aseguraron, pues hace notar que sigue teniendo demasiados seguidores por la forma en que está tomada la fotografía, además se observa la imagen repleta de los colores de los partidos que representa AMLO y la gente se observa que le presta mucha atención.

Anclaje: El público con las banderas de los colores del PRD, PT, Convergencia y “Morena”.

Relevo: hacia el fondo de la imagen, del costado derecho resalta una lona amarilla con las iniciales AMLO, eso aunado a los colores, hace notar la presencia del candidato AMLO y lo hace identificable aunque se encuentre de espaldas a la cámara.

Sujetos participantes: AMLO, equipo de campaña y sujetos de su propuesta de gabinete, público espectador y sujetos virtuales que miran la fotografía.

Imagen 6 EPN Cierre de campaña. Plataforma: Facebook.



Denota: un acto político en el que se encuentra un candidato dando un discurso, alrededor se encuentran personas tomando fotografías y mostrando pancartas en apoyo de quien se encuentra dando el discurso. Algunas personas parecen no estar prestando demasiada atención al candidato pues miran hacia otros lados. Por el ángulo de la fotografía, no se alcanza a ver el estrado en el que se encuentra subido el candidato, pareciera sólo un atril en alto y la gente exactamente a su alrededor.

Anclaje: EPN y la bandera de México.

Relevo: Pancartas con el lema “#YoSoyElPRI” y un chaleco verde que tiene impreso el nombre del candidato: Enrique Peña Nieto.

Sujetos participantes: EPN, asistentes al cierre de campaña, fotógrafo, personas que vieron la imagen por Facebook.

Imagen 6 AMLO Cierre de campaña. Plataforma: Página oficial.



Denota: acto de campaña en donde hay un candidato que parece estar despidiéndose de su público, pues aparecen papeles de colores que se lanzan al finalizar un evento. Hay gente detrás sonriendo, con lo que parece ser que han quedado satisfechos por el resultado del evento.

- Existen similitudes y diferencias entre las imágenes de EPN y AMLO, entre las similitudes se encuentran las multitudes en las imágenes, donde se quiere reflejar cómo en el caso de ambos candidatos hay una gran cantidad de personas apoyando, eso reafirma los discursos orales en los que se dijo que existían *millones de mexicanos* apoyando los proyectos.
- En ambos casos, hay familiares de los candidatos en las imágenes, sin embargo, en el caso de EPN, la imagen parece hecha para portada de revista, aparece la señora

Angélica Rivera con el candidato, acompañados de todos sus hijos, lucen como una familia modelo y admirable, que además lo asistió durante toda la campaña. En el caso de AMLO, la imagen en donde aparece con su esposa muestra más sobriedad, sólo miran hacia otro lado que no es la cámara y parecen rodeados de más personas, como dos ciudadanos comunes que presencian un evento político, ello se asemeja al discurso oral en el que se quiere mostrar que no existen lujos ni diferencias como las mostradas por los candidatos de los otros partidos.

- En general, las fotografías de EPN reflejan más que un acto político, un evento artístico, como un concierto, una obra de teatro o algún otro evento en el que los asistentes, lo que esperan, es ver a sus ídolos pararse sobre el escenario. El que haya personas tomando fotografías constantemente, o (sobre todo) mujeres tratando de abrazar al candidato y retratarse con él reflejan también esa misma noción de que se trata de un hombre codiciado y admirado, que quizá no cuente tanto el ir al cierre de campaña a escuchar las propuestas sino a mostrar que pudieron conocerlo de cerca. En contraparte, las imágenes de López Obrador lo muestran justamente como un candidato cercano al pueblo sí, pero no como un artista al que esperan abrazar o fotografiar, sino como alguien que mantiene a su público atento a las propuestas que da. Sí refleja un mitin, pero no un evento artístico.
- AMLO aparece constantemente con la mirada enfocada hacia arriba o con una mano levantada, lo que lo sitúa como persona mirando o apuntando hacia el triunfo. EPN aparece sobre su templete mostrando siempre su mejor pose o sonrisa, en una sola imagen aparece mirando hacia arriba con los brazos levantados, pero la imagen es mucho más agresiva pues el público se encuentra detrás y en una posición inferior a la del candidato, incluso en la última imagen en la que parece que la gente lo rodea, éstos están postrados de manera inferior en relación con EPN.
- Tanto las imágenes de EPN como las de AMLO mantienen como anclaje principal a la figura de los candidatos.
- Los relevos son en su mayoría pancartas con las siglas de los partidos políticos y el nombre de los candidatos.
- Todas las imágenes denotan actos políticos.

- De forma general, las imágenes de EPN connotan un marcado deseo de triunfo, mostrando que el candidato además, es el candidato de México, ello porque independientemente de que los colores del PRI sean los del lábaro patrio, esto se aprovecha para emplear el verde, el blanco y el rojo como asociación a la nación. Se colocó una bandera de México en el mismo templete donde EPN dio su discurso, con lo cual podría connotarse un apego al país, aunque ello en realidad quede en duda tras observar la connotación de otras imágenes que muestran poco interés de la gente en las propuestas y más en la imagen del candidato como tal.
- En general, las imágenes de AMLO dejan ver la reafirmación del discurso de un *candidato amoroso*, que se encuentra cerca de su pueblo, que no lo mira con devoción o como si se tratase de un artista, sino como a un ciudadano más que camina al lado de aquellos que confían en él. No usa los colores de la bandera, sólo emplea los colores de sus partidos políticos. Las imágenes reflejan a personas atentas al discurso, y algo muy importante, en varias de ellas aparecen personas que están en la propuesta de gabinete de AMLO. En las fotografías de EPN, sólo aparece él, en una al lado de su familia y en las otras dando su discurso en solitario con grupos de jóvenes *fans* frente a él.
- El mostrar, en las imágenes de EPN, de manera constante a los jóvenes *activistas*, deja ver la insistencia en derrumbar la idea de que los receptores jóvenes apoyaban sólo a AMLO, aunque en realidad, poco se sabe del movimiento *activista*, pero estuvo presente en ese acto de cierre de campaña. Predominan en las imágenes de EPN los y las jóvenes, y las mujeres.
- En el caso de AMLO, el público que puede apreciarse es más heterogéneo, se pueden observar personas de ambos géneros y de todas las edades, además de políticos conocidos y personas que representan a los diferentes medios de comunicación.