



Casa abierta al tiempo

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**  
Unidad Iztapalapa

**TEORÍA DEL FRAMING: IMÁGEN Y DISCURSO DE  
JOSÉ A. MEADE EN LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL  
2018**

T E S I N A

QUE PRESENTA

**Jesús Eduardo Sánchez Cruz**

MATRICULA: 2133049600

Para acreditar el requisito del trabajo terminal  
y optar al título de

LICENCIADO EN CIENCIA POLITICA

  
**Aquiles Chihu Amparán**

ASESOR

  
**Marco Antonio Ibáñez Real**

LECTOR

*Iztapalapa, Ciudad de México, (Julio 2019).*



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA – Unidad *Iztapalapa*  
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA-COORDINACIÓN DE CIENCIA POLÍTICA

## D I C T A M E N

Después de examinar este documento final presentado por el (la) (s) alumno (a)  
(s) Jesus Eduardo Sanchez Cruz,

matrícula(s) 2133049600 con el título de  
Teoría del Framing: Imagen y discurso de Jose A. Meade  
en la campaña presidencial 2018

se consideró que reúne las condiciones de forma y contenido para ser aprobado como  
conclusión de la Tesina o Trabajo Terminal, correspondiente a la Licenciatura en Ciencia  
Política que se imparte en esta Unidad.

Con lo cual se cubre el requisito establecido en la Licenciatura para aprobar el Seminario de  
Investigación III y acreditar la totalidad de los estudios que indica el Plan de Estudios vigente.

Asesor

Lector

Fecha 18/11/19 Trim: 1º No. Registro de Tesina: SCJE/2019-I

UNIDAD *Iztapalapa*

Av. Michoacán y la Purísima, Col. Vicentina, 09340, México, D. F., Tels.: 5804-4600 y 5804-4898, Tel. y Fax: [01-55] 5804-4793

## Índice

### Introducción

#### Parte 1: marco teórico metodológico

##### 1 El análisis de los marcos en comunicación política.

###### 1.1.La teoría del *framing*..... 5

###### 1.1.1 Desarrollo actual de la teoría del *framing*..... 8

###### 1.2 Metodología ..... 15

#### Parte 2: El contexto político

##### 2 La precampaña por la presidencia

###### 2.1 La precampaña: ¿Cómo llego José A. Meade a ser precandidato?.....17

###### 2.1.1 El desarrollo de la precampaña ..... 22

###### 2.2 La campaña ..... 28

#### Parte 3: Imagen y discurso en la campaña de José Meade

##### 3 El discurso presidencial

###### 3.1 Los marcos del discurso en Meade..... 30

###### 3.1.1 El marco del protagonista ..... 30

###### 3.1.2 El marco del antagonista ..... 36

###### 3.1.3 El marco del pronóstico y del diagnóstico..... 48

##### 4 La imagen de los spots en José Meade

###### 4.1 Spots de presentación..... 53

###### 4.2 Spots de propuesta ..... 57

###### 4.3 Spots de ataque .....62

###### 4.5 Spots de cierre de campaña ..... 66

##### 5 Bibliografía..... 70

## Introducción

La realidad que experimentamos día a día es distinta en cierto grado, la vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por los hombres con un significado subjetivo (Berger y Luckman, 1967: 34) a través del lenguaje, entendido como imágenes del mundo lingüísticamente articuladas almacenan un saber cultural con cuya ayuda una comunidad interpreta la realidad o el mundo y a su vez, estas imágenes del mundo definen una manera de comportarse en la vida en general (Habermas, 1981: 86 y 93).

En ese sentido podemos decir que este proceso de interpretación es un proceso comunicativo de percepción. Un orden social como la democracia es producto de la actividad humana (Berger y Luckman, 1967: 71) e implica un proceso comunicativo involucrando gobierno y ciudadanos. Estos procesos democráticos se comunican a través de la radio, la televisión, el internet, etc. Un elemento central en un país democrático son las elecciones, donde los candidatos muestran sus intenciones de participar ante la sociedad. Entonces, una campaña electoral es un proceso de comunicación donde los candidatos persuaden a la sociedad en su conjunto a través de distintas técnicas persuasivas.

Los medios de comunicación juegan un papel importante durante el desarrollo de una campaña electoral, donde la televisión condiciona fuertemente el proceso electoral ya que el poder de la imagen se coloca en el centro de todos los procesos de la política contemporánea (Sartori, 1997: 72). Entonces en esta investigación no solo nos interesa el contenido del mensaje y el impacto político en la sociedad, también nos interesa el componente visual de la campaña. A pesar de que teorías como el establecimiento de agenda o el análisis de los marcos han ignorado esta dimensión visual (Grabe y Bucy,

2009: 14) nuestro marco teórico se sustenta en la teoría del *framing* con un enfoque desde la comunicación política.

En México la primacía de la televisión es una vieja tradición del antiguo régimen autoritario (Espino Sánchez, 2012), y actualmente “las marcas comerciales de televisión siguen siendo las fuentes de noticias más populares e influyentes en México. Sin embargo, las fuentes nacionales nacidas en digital están ganando prominencia, con las redes sociales internacionales y otras plataformas que les ayudan a llegar a más y más personas” (Gutierrez Rentería, 2018). El objetivo de la investigación es analizar el contenido discursivo y visual de la imagen que proyectó el candidato presidencial José A. Meade durante la campaña presidencial 2018 en México a través de los medios de comunicación.

Primeramente analizaremos el origen del concepto de esta teoría y de que manera se ha conceptualizado el término *frame*, y después se revisa la literatura más actual sobre el debate de como se debe integrar esta teoría, y así nos permita tener mayor claridad sobre de lo que se trata esta propuesta teórica de investigación. En segundo lugar, damos nuestra propuesta metodológica que seguirá esta investigación así como la operacionalización de los conceptos, y la cual es retomada de los estudios realizados por Chihu (2011).

En segundo lugar analizamos el contexto político en que se dio el proceso de la campaña presidencial 2018. En la precampaña se hace una revisión de la popularidad de Meade antes de la precampaña, así mismo, se identifican los elementos o factores que llevaron a la decisión de que José A. Meade fuese postulado como candidato presidencial por el partido más antiguo de México: el Partido Revolucionario Institucional. Para el análisis de la campaña se hace énfasis en los momentos más importantes que surgieron durante el transcurso de la misma y que por ende tanto el partido como el candidato estuvieron inmersos. Por último, se muestran cuales fueron los resultados finales de la contienda electoral y las declaraciones del partido y del candidato.

En tercer lugar se analiza el discurso presidencial y el contenido de los spots electorales, tomando como referencia cuatro dimensiones: el marco del protagonista, el marco del antagonista, el marco del pronóstico y el marco del diagnóstico, las cuales nos permitirán identificar los valores y atributos que se reflejan en la construcción de la imagen de José A. Meade.

## **Parte 1: Marco teórico metodológico**

### **1 El análisis de los marcos en comunicación política.**

#### **1.1 La teoría del framing**

El objetivo de este capítulo es analizar el estado del arte sobre la teoría del *framing*. Primeramente analizaremos el origen del concepto de esta teoría y de que manera se ha conceptualizado el término *frame*, y después se revisa la literatura más actual sobre el debate de como se debe integrar esta teoría, y así nos permita tener mayor claridad sobre de lo que se trata esta propuesta teórica de investigación. En segundo lugar, damos nuestra propuesta metodológica que seguirá esta investigación así como la operacionalización de los conceptos, y la cual es retomada de los estudios realizados por Chihu (2011).

Establecer una concepción general sobre la teoría del *framing* es una tarea compleja pues “no existe todavía una comprensión teórica como punto de partida para una definición” (Hurtikova, 2013: 28) debido a que esta teoría se considera de carácter multidisciplinario (Hurtikova, 2013: 29; D’angelo, 2002: 871) y se ha usado en estudios de movimientos sociales, de política, de comunicación, de psicología, de lingüística, de filosofía, etc. (Chihu, 2010: 20, 2012). Entonces existe una complejidad teórica y conceptual de la cual una investigación puede desarrollarse y lo que nos lleva a preguntarnos de que manera podemos entender la teoría del *framing* si tiene una naturaleza dual ya que su nacimiento se da en dos vertientes: en la sociología interpretativa y en la psicología cognitiva (Borah, 2011: 249). Este capítulo, más que dar una definición o concepción general de esta teoría, intenta acercarnos a los

fundamentos conceptuales y teóricos, y asimismo mostrar el debate actual sobre las nuevas líneas de investigación que han surgido. En un primer momento analizamos el origen de la teoría *framing*; como empieza a ser estructurado como teoría y como concepto: *frame*; y las diferentes líneas de investigación que han surgido. Después, analizamos las propuestas sobre los tipos de *frames*, y los frames en comunicación. Y por último se revisa brevemente el debate actual entre que líneas de investigación deben caracterizar a los estudios que se basan en esta teoría.

Precisar en que momento surge esta teoría no es posible pero en la mayor parte de la literatura existente sobre el *framing*, se señala que el origen del concepto aparece por primera vez en la obra “A Theory of *Play and Fantasy*” de Gregory Bateson (Sádaba, Rodríguez and Bartolomé, 2012; Chihu, 2012) a partir de un enfoque de la psicología cognitiva (Amadaeo, 2002; Gimenez, 2006: 56; Sádaba, Rodríguez and Bartolomé, 2012). Este autor empleaba el término para referirse al marco por el que las personas focalizan su atención en unos aspectos de la realidad y excluyen otros (Marín Albaladejo, 2017: 122), Bateson (1972) sostenía que “el marco funciona como un mensaje destinado a ordenar u organizar la percepción del espectador y dice: presta atención a lo que está adentro y no te fijes en lo que está afuera” (citado en Chihu, 2012: 80). Sin embargo la mayor parte de su desarrollo como concepto general se da en el campo de la sociología interpretativa (Gimenez, 2006: 56, Borah, 2011: 248) a partir del estudio del sociólogo Erving Goffman (1974) en su obra “*Frame analysis. An essay on the organization of experience*”, donde afirma que “las definiciones de una situación se elaboran de acuerdo con los principios de organización que gobiernan los acontecimientos -al menos sociales- y nuestra participación subjetiva en ellos; marco es la palabra que uso para referirme a esos elementos básicos” (citado en Marín Albaladejo, 2017: 123). En ese sentido podemos resumir que esta teoría busca conocer que imágenes del mundo (Habermas, 1981) o esquemas cognitivos (Scheufele, 2004: 404) se producen en el ser humano a partir de la realidad que percibe en su entorno individual, social y político, y así mismo de que manera influye en su comportamiento resultado de sus decisiones.

Este rasgo de dualidad ha originado que los estudios sobre *framing* estén dominados por dos perspectivas diferentes de investigación, por la sociología interpretativa y la psicología cognitiva. De acuerdo a Marín Albaladejo (2017) las investigaciones que surgen de la perspectiva sociológica tratan de identificar los recursos simbólicos o culturales que constituyen los *frames* de los medios haciéndolos coincidir con los contextos sociales en los que se generan, en otras palabras, estas investigaciones se enfocan en el impacto social que tienen los *frames* y de que manera se construyen. Y en cambio, la perspectiva psicológica se centra en el análisis de los efectos de los *frames* que tienen en un individuo, es decir que el objetivo de esta perspectiva se centra en los procesos cognitivos que se dan en las personas como consecuencia de su exposición a los *frames* de tal manera que sus pensamientos, actitudes o decisiones sobre un asunto determinado se ven afectadas (124-126).

En ese sentido fundamentamos el *framing* en dos postulados teóricos, como un proceso interactivo que opera en todos los niveles de comunicativos; y como conexión que se establece entre los esquemas cognitivos de los individuos y los encuadres mediáticos a través de elementos culturales compartidos (Marín Albaladejo, 2017: 128) entre todos los actores del proceso comunicativo: emisor, texto, receptor y cultura (Entman, 1993: 52).

Marín (2017) nos muestra las posibles líneas de investigación en los estudios sobre el *framing* basándose en los modelos propuestos por Scheufele y Scheufele (2010), De Vreese (2005) y Vicente-Mariño y López-Rabadán. Se distinguen cinco orientaciones que rigen los estudios sobre *framing*: identificación y medición de los *frames* mediáticos; factores que influyen en la adopción de determinados *frames* por los periodistas; procesamientos de los *frames* por parte de los individuos; efectos tanto a nivel individual como social; retroalimentación entre los efectos inferidos en las audiencias y las acciones estratégicas de los emisores (p.129).

Las líneas de investigación que reconocimos se basan en distintas concepciones sobre el término *frame* y *framing*. Esta multiplicidad de definiciones plantea dificultades en el planteamiento definitivo de los fundamentos que puedan caracterizar esta teoría. No es el objetivo de esta investigación llegar a una definición en específico, ya que establecer alguna definición no orientara necesariamente su operacionalización (Matthes, 2009: 354). La tabla 1 muestra los resultados de un análisis realizado por Matthes (2009) sobre 131 estudios publicados en 15 revistas académicas (journals), que identifica cual es el concepto más influyente en los estudios sobre framing, este es el propuesto por Robert Entman:

“Framing es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y haciéndolos más destacables en un texto de comunicación, de tal manera que promueva una definición de un problema en particular, una interpretación causal, una evaluación moral, y/o consideración recomendado por la noticia(item) descrita... entonces los marcos, definen problemas—(...) diagnose causes— identifica las fuerzas que crean el problema; hacen juicios morales— evaluación de los agentes causales y sus efectos; y sugieren remedios (suggest remedies)— ofrece y justifica tratamientos para el problema y predice sus probables efectos” (1993: 52).

## **El estado del Framing en la actualidad**

El uso de esta teoría del Framing en las investigaciones sociales ha crecido de manera significativa (Scheufele y Iyengar, 2017), ya que se ha convertido en un paradigma multidisciplinario que permite abordar globalmente el estudio de los efectos y el contenido de los medios de comunicación sobre la audiencia o las personas que son susceptibles de recibir la información. En ese sentido debemos entender que existe un proceso de interacciones que se da entre los medios de comunicación, los políticos y los ciudadanos, y es en estos procesos donde la teoría del *framing* adquiere una relevancia explicativa de primer orden (Sádaba, et al, 2012: 114) dentro del área de la comunicación política. En este apartado hacemos una revisión de las propuestas que consideramos más importantes sobre los estudios de *framing*.

## **Robert Entman**

En comunicación política el concepto que mas referencias tiene corresponde a Robert Entman quien sostiene que el *framing* esencialmente implica seleccionar y destacar. “*framing* es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y haciéndolos más destacables en un texto de comunicación, de tal manera que promueva una definición de un problema en particular, una interpretación causal, una evaluación moral, y/o consideración recomendado por la noticia(item) descrita... entonces los marcos, definen problemas—(...) diagnose causes— identifica las fuerzas que crean el problema; hacen juicios morales— evaluación de los agentes causales y sus efectos; y sugieren remedios (suggest remedies)—ofrece y justifica tratamientos para el problema y predice sus probables efectos” (1993: 52). Los *frames* se localizan en cuatro elementos del proceso de comunicación: el comunicador, el texto, el receptor y la cultura, permitiendo de esta manera que los *frames* sean capaces de organizar los sistemas de creencias en una sociedad. (1993: 52-54)

Entman propone que esta teoría del *framing* sea introducida como un paradigma de investigación, que este orientado por el debate teórico a partir de cuatro ejes: autonomía de la audiencia, objetividad periodística, análisis de contenido y opinión publica y teoría democrática normativa (1993) con el objetivo de desarrollar las debilidades que pudiese tener la teoría. A pesar de que se dejaron los ejes de investigación y existen ya numerosos estudios sobre el *framing*, casi no hay estudios que intenten analizar el *framing* como un todo que permitan una comprensión teórica que sirva como punto de partida para una definición de los efectos del *framing* y una metodología unificada que nos acerque a pruebas empíricas y sistematización de la misma teoría. (Matthes, 2012, Hurtikova, 2013, Borah, 2011, Drukman, 2009, Hallahan, 1999)

### **Kirk Hallahan**

Existen distintas propuestas de sistematización y ejes de investigación que permitan consolidar una metodología definitiva para el *framing*, por lo que revisaremos las propuestas más importantes. Kirk Hallahan nos plantea su concepción sobre *framing* a partir de las relaciones públicas, haciendo énfasis en que la realidad es la esencia de la comunicación. “El *framing* es una actividad crítica, es la construcción de la realidad social porque ayuda a definir las perspectivas a través de las cuales la gente ve el mundo” (Hallahan, 1999: 207), enfatizando en proveer contextos con la que la información es presentada y procesada permitiendo al *framing* ser aplicado a lo largo del espectro comunicativo. (1999: 209).

El *framing* opera a través de dos mecanismos: proporcionando pistas contextuales que orienten la toma de decisiones y las inferencias creadas por los mensajes a la audiencia; y a través del *priming*, que considera que el conocimiento es organizado en la memoria en estructuras cognitiva o esquemas, el cual opera con restricciones en los arreglos e interpretaciones de situaciones y eventos. (1999: 208-209)

Por último, Hallahan nos propone una clasificación del Framing en las relaciones públicas con base a ejes temáticos conforme a las investigaciones que se han realizado desde distintas perspectivas por los académicos, así como por la falta de una definición coherente. Siete modelos de framing son los que propone: framing de las situaciones, framing de atributos, framing de decisiones, framing de acciones, framing de temas, framing de responsabilidad, framing de noticias. (Hallahan, 1999: 209-223) A continuación se presenta en la tabla 1, la descripción del contenido y los autores que se han enfocado en los modelos de cada Frame.

**Tabla 1**  
**Tipología de los siete modelos de framing en las relaciones públicas**

| Lo que se enmarca | Descripción   | Fuentes clave   |
|-------------------|---|---|
| Situaciones       | Las relaciones entre individuos y situaciones se encuentran en la vida cotidiana y en la literatura. El framing de situaciones proporciona una estructura para examinar la comunicación. Se aplica al análisis del discurso, negociaciones y otras interacciones.   | Bateson (1972), Goffman (1974), Putnam & Holmer (1992), Tannen (1993)   |
| Atributos         | Las características de los objetos y las personas se acentúan, mientras que otros se ignoran, lo que sesga el procesamiento de la información en términos de atributos focales.   | Ghanem (1997), Levin, Schneider, & Gaeth (1998), Mccombs & Ghanem (1998), Ries & Trout (1981), Wrigh & Lutz (1993)                  |
| Decisiones        | Plantear decisiones alternativas negativas (perdidas) o positivas (ganancias) que puedan implicar incertidumbre. La teoría prospectiva sugiere que las personas tomaran mayores riesgos para evitar perdidas que para obtener ganancias.  | Bell, Raiffa, & Tversky (1988), Kahneman & Tversky (1979, 1984), Levin, Schneider, & Gaeth (1998)                                   |
| Acciones          | En contextos persuasivos, la probabilidad de que una persona actúe para alcanzar un objetivo deseado depende de si las alternativas se expresan en términos positivos o negativos.  | Maheswaran & Meyer-Levy (1990), Smith & Petty (1996)  |
| Temas             | Los problemas y disputas sociales pueden ser explicados en términos alternativos por diferentes partidos que compiten por su definición preferida para que un problema o situación prevalezca.  | Best (1995), Gamson & Modigliani (1989), Snow & Benford (1988, 1992)  |
| Responsabilidad   | Los individuos tienden a atribuir las causas de los eventos a factores internos o externos, en función de los niveles de estabilidad y control. Las personas describen su papel en eventos consistentes con su auto imagen de manera que maximizan los beneficios y minimizan las culpabilidad. Las personas atribuyen las causas a acciones personales en lugar de problemas sistémicos (sistemáticos) en la sociedad. | Iyengar (1991), Iyengqar & Kinder (1987), Kelley (1967, 1972a), Protess et. al. (1991), Wallack, Dorfman, Jernigan, & Themba (1993) |
| Noticias          | Los informes de los medios usan temas familiares y culturalmente resonantes (retrospectivos) para retransmitir información sobre eventos. Las fuente compiten por su Frame preferido para ser presentado a través del Frame empresarial y del Frame patrocinador.   | Gamson (1984), Gamson et. al. (1992), Ryan (1991)   |

Fuente: Elaboración propia, retomado de Hallahan (1999).

## **Druckman**

Druckman hace una diferenciación entre Frames de la mente y Frames de comunicación, pero los dos son dependientes; el concepto de Frame se refiere a dos distintas entidades que se relacionan entre sí: frames como estructuras interpretativas incrustadas en el discurso político; y frames como estructuras cognitivas de la mente que llevan al ciudadano a hacer conciencia sobre algún tema (2009: 7). Cuando un Frame en comunicación afecta un Frame de la mente en un individuo se produce lo que se llama efecto framing, sin embargo a veces un Frame de comunicación podrá y a veces no influir en un Frame de la mente (Druckman, 2009: 7).

El hecho de conceptualizar un Frame de la mente como dimensión constitutiva sobre lo que uno basa sus actitudes nos lleva directamente a un modelo psicológico de enmarcado en el cual operan tres procesos o dimensiones: disponibilidad, accesibilidad y aplicabilidad (Druckman, 2009: 8-10). De estas dimensiones depende la manera en que el efecto framing impacte en un ciudadano, se derivan dos tipos de efecto: frames de equivalencia y frames de énfasis. Los primeros se refieren a que cuando a los individuos se les estimula a evaluar la aplicabilidad, pueden reconocer formas alternativas de ver un problema (positivo, negativo): la motivación lleva a reconocer las formas equivalentes de ver el problema. En los frames de énfasis los individuos consideran dimensiones sustancialmente diferentes lo que conlleva a evaluar las fortalezas de las dimensiones. (Druckman, 2009: 13). En diversos estudios realizados por Druckman, se muestra evidencia de que la fuerza de un Frame es más importante que la repetición, y cuando se trata de situaciones políticas, el Frame de énfasis juega un papel más importante (2009).

Una vez entendido este modelo psicológico, Druckman nos introduce en la política distinguiendo tres características que se dan al momento de tomar una decisión: la mayoría de las decisiones involucran problemas mal estructurados que carecen de respuestas correctas, involucran valores que compiten entre sí y se pueden resolver de maneras distintas; segundo, un ambiente político estratégico de información

competitiva; y tercero, la mayoría de los ciudadanos tienen poca motivación para participar en una amplia deliberación por la falta de información. (2009: 18-19)

### **Porisitma Borah**

Más que clarificar o definir el concepto de Frame, Borah hace una sistematización de la literatura existente acerca de las investigaciones sobre Frame debido a que existen escasos trabajos que apunten a este objetivo. Su análisis intenta explicar en que áreas de investigación el framing se ha concentrado principalmente e identifica las áreas que necesitan atención en un futuro. (2011: 247)

El análisis se basa en la revisión de 93 revistas en un periodo de 10 años, de 1997 a 2007 a partir de un análisis de contenido codificados como sociológicos y psicológicos. Borah reconoce que el framing como concepto tiene un nacimiento en estas dos vertientes (2011: 249) A partir de las siguientes variables se analizó la información: frames consistentes y únicos, producción del frame, establecimiento de agenda y framing, frames competitivos y efecto frame, y métodos. Encontramos que el método que más se usa en las investigaciones es el análisis de contenido (61.5%), seguido de experimentos (19.8%) y artículos teóricos en último con apenas 7.4 %. Borah concluye que las investigaciones sobre framing se concentran en aspectos sociológicos al examinar el diseño del mensaje, lo que indica una tendencia a desarrollar frames únicos en los estudios de análisis de contenido. Mientras que tan solo 2.3% de los artículos estudian el proceso de framing. “El estudio de producción del Framing es pertinente para una comprensión integral de la teoría del frame. Aunque los frames en comunicación y su influencia en la audiencia son igualmente importantes, comprender el origen del frame es esencial para una imagen mas completa del framing”. (Borah, 2011: 256)

Considerando la falta de una concepción unificada acerca de la teoría del frame, las diferencias conceptuales, podemos decir que todavía no se ha superado la visión del paradigma fracturado (Entman, 1993). En ese sentido Borah sugiere que las entrevistas y encuestas pueden complementar los estudios y el desarrollo del framing. (2011: 256)

## **Jörg Matthes**

La falta de un concepto consistente del framing no permite avanzar en los estudios orientados por esta teoría, pues existen “estudios esclarecedores de una sola etapa que investigan los frames en un nivel del proceso. La ventaja de este enfoque es la capacidad de profundizar en los mecanismos. Sin embargo, todos estos estudios individuales trabajan con diferentes problemas, y analizan diferentes campañas, en diferentes momentos, en diferentes países, y también con diferentes definiciones teóricas y operacionales de frames. Por lo tanto, una posible desventaja es la compatibilidad limitada de los hallazgos. Es necesario un conjunto de estudios interconectados que ayuden a la integridad del framing” (Matthes, 2012: 250-251).

Matthes nos aproxima a una visión del Framing como un proceso en la comunicación política: framing process. De aquí se derivan tres aproximaciones (Matthes, 2012: 248) en el estudio de la comunicación política:

- Construcción de la información política por las élites políticas, estrategias en comunicación y asesores de campaña.
- Proceso de comunicación a través de los cuales los mensajes son elaborados por los medios.
- Intentar entender las respuestas a los mensajes persuasivos.

Matthes se basa en cuatro conjeturas propuestas por D'Angelo para establecer un núcleo central a través de cuatro principios que describen el proceso del framing. Las propuestas en que se basa son: Primero, "los frames son temas dentro de las historias que llevan varios dispositivos de encuadre", segundo, "son las primeras causas que comparten varios niveles de realidad". tercero, ellos, "interactúan con los comportamientos cognitivos y sociales que han formado en primer lugar", y, en cuarto lugar, dan forma a los "diálogos públicos sobre cuestiones políticas" (D'Angelo, 2012: 873).

Los principios que describen el proceso del framing son: frame de competencia, frame de selección y modificación, frames dinámicos y frame de consistencia. El primer termino sugiere que “siempre hay una competencia de marcos entre los comunicadores elitistas o estratégicos, lo que significa que todos los problemas son impugnables, abiertos a varias interpretaciones o marcos de problemas”. El Segundo sostiene que “todos los actores involucrados son libres de seleccionar algunos cuadros sobre otros o modificar cuadros existentes o traer sus propios marcos”. Tercero, el frame es un proceso dinámico y diacrónico (Entman 2004: Entman et al 2009). “El encuadre evoluciona con el tiempo (es decir, las elites políticas pueden reaccionar a los marcos en el contenido de los medios o al encuadre de los ciudadanos en un tema revelado por las encuestas de opinión pública). Algunos marcos son comunicados por la élite política, encuentran su camino en los medios de comunicación, y se reflejan en los datos de opinión pública (por ejemplo, encuestas). Posteriormente, estos encuadres observados por otras élites que pueden reaccionar proponiendo contramarcos.” Y cuarto, “los frames no son mensajes o afirmaciones persuasivos singulares. Los marcos siempre se refieren a un patrón que implica la interpretación de problemas. atribución y evaluación. Dichos elementos de cuadro están unidos de manera (lógicamente) consistente. Es decir, una publicación de problema sugiere una cierta evaluación y una cierta atribución.” (Matthes, 2012: 252)

## 1.2 Metodología

La metodología de esta investigación se basa en un modelo de análisis de contenido propuesto por Aquiles Chihu (2011). “El modelo de análisis propuesto identifica y clasifica los *spots* televisados en base a tres dimensiones: 1) el campo de identidad de los candidatos, 2) el contexto de las distintas fases de la campaña (*spots* de presentación, de propuestas de gobierno, de ataque, de defensa y *spots* de cierre de campaña) y 3) el contenido de los mensajes (el *framing* audiovisual: *framing* visual, verbal y aural).

Los anuncios televisados que le atribuyen al candidato una identidad positiva los llamo *spots* del enmarcado del protagonista. Este tipo de anuncios presentan al candidato protagonista como un político que posee la capacidad para desempeñarse como un buen funcionario público y resolver los problemas políticos y sociales del país. Los *spots* del enmarcado de la identidad del protagonista son cuatro: los *spots* de presentación de los candidatos, los *spots* de propuestas de gobierno, los *spots* defensa y los *spots* de cierre de campaña. Los *spots* que le atribuyen al candidato una identidad negativa los llamo *spots* del enmarcado del antagonista. Estos *spots* presentan una imagen negativa del candidato adversario y lo asocian con valores repudiados por la audiencia. En su mensaje presentan al candidato opositor como un político que no posee las capacidades y habilidades para desempeñarse como un buen funcionario público. Los *spots* del enmarcado del antagonista son los *spots* de ataques.” (Chihu, 2011).

En relación al contenido de los mensajes audiovisuales (*framing* visual, verbal y aural) el *framing* visual es el mensaje constituido por una unidad de forma (los actantes que abarcan a personas, animales y cosas que participan en el proceso narrativo Vilches, 1984: 145) y color; el *framing* verbal es el enmarcado de los textos escritos y los textos orales (los primeros son las palabras escritas que aparecen en la imagen de la pantalla de los *spots* como mensajes, consignas o *slogans*, los segundos corresponden a la voz de audio, voz del narrador o del actor protagonista del *spot*); el *framing* aural o sonoro es la comunicación formada por la voz del actor o del narrador, la música y los efectos de sonido (estos dos elementos son interpretados por las emociones que evocan y que pueden ser codificados por su estilo y por su timbre). (Chihu, 2011)

En todo proceso discursivo encontramos un campo de identidad conformado por tres actores: los actores protagonistas, los actores antagonistas y las audiencias. La construcción de la identidad del actor protagonista se refiere a la autodefinición que hace de sí el candidato en términos de lo que en la literatura se ha denominado imágenes del candidato. En este caso la construcción de la identidad se orienta a mostrar al candidato como una personalidad confiable y un líder político capaz de asumir las tareas correspondientes al gobierno, es decir, capaz de tomar las decisiones

que ha propuesto como solución a los problemas planteados por él. La construcción de la identidad del actor antagonista se refiere a la definición que realiza el candidato protagonista de sus contrincantes electorales. La audiencia es el público al cual está dirigido el mensaje. La audiencia se compone de personas o colectividades definidas como observadores imparciales no comprometidos o neutrales, pero que, de alguna manera son considerados como audiencias potencialmente interesadas y potencialmente susceptibles de responder (frecuentemente, de manera favorable) hacia las actividades de los protagonistas (Chihu, 2011).

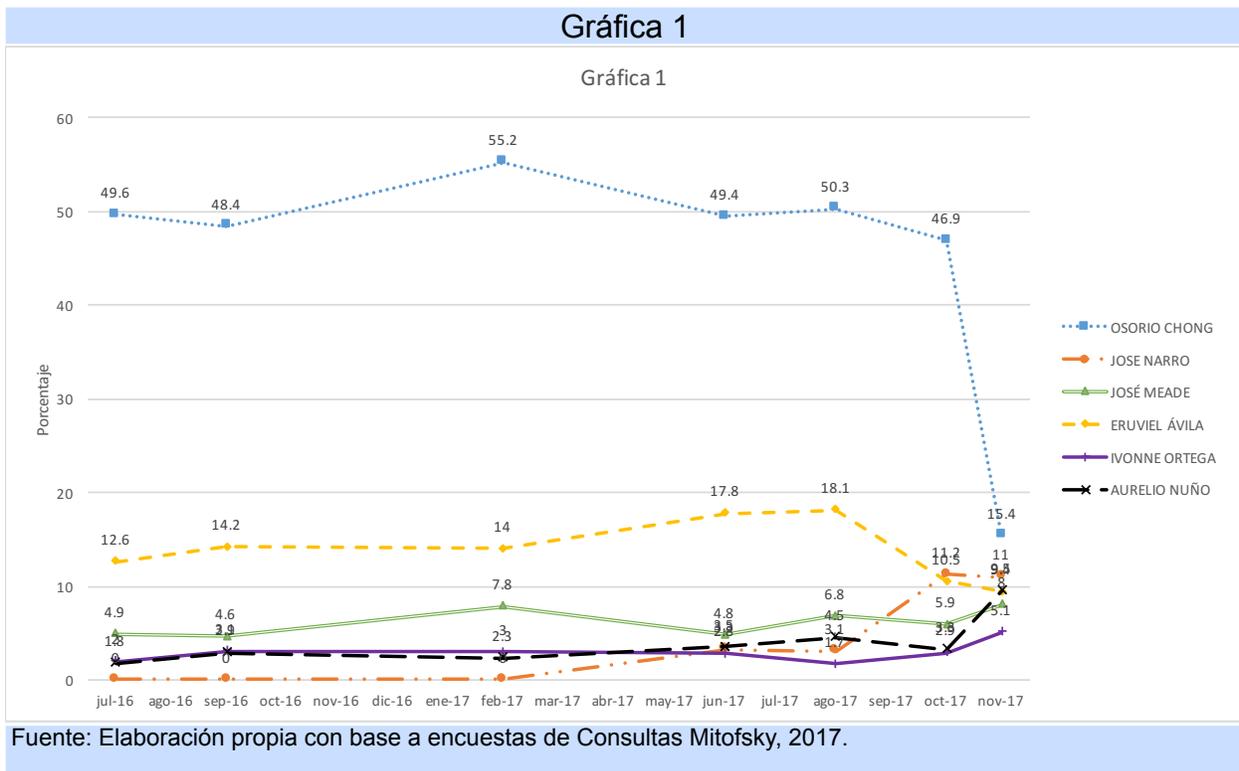
## **Parte 2: El contexto político**

El siguiente capítulo tiene por objetivo analizar el contexto que se desarrolló durante la precampaña y la campaña presidencial 2018 en México. En la precampaña se hace una revisión de la popularidad de Meade antes de la precampaña, así mismo, se identifican los elementos o factores que llevaron a la decisión de que José A. Meade fuese postulado como candidato presidencial por el partido más antiguo de México: el Partido Revolucionario Institucional. Para el análisis de la campaña se hace énfasis en los momentos más importantes que surgieron durante el transcurso de la misma y que por ende tanto el partido como el candidato estuvieron inmersos. Por último, se muestran cuales fueron los resultados finales de la contienda electoral y las declaraciones del partido y del candidato.

### **2 La precampaña: ¿Cómo llego José A. Meade a ser precandidato?**

Nuestros actores en el siguiente análisis son el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y José A. Meade, comenzando a partir de junio de 2017 y hasta el 11 de febrero del 2018 día que termina la precampaña. La precampaña comenzó el 14 de diciembre de 2017 y a unos meses antes de comenzar el PRI todavía no perfilaba a algún posible candidato. Si bien las encuestas de nivel de opinión y conocimiento colocaban en una posición preferencial a Osorio Chong y Eruviel Avila (ver gráfica 1) sobre otros posibles

candidatos como Beltrones, Aurelio Nuño o José Narro. Es evidente incluso dentro del mismo partido que la elección del candidato no se basó en las preferencias de los militantes del partido, por lo que no se toma en cuenta este elemento. Se puede percibir o interpretar la decisión final del PRI como errónea si hacemos únicamente énfasis a las encuestas ya que José Antonio Meade, Secretario de Hacienda, era el que menos preferencia mantenía en las encuestas, sin embargo fue este el designado por el PRI.



Ahora bien, identificaremos los motivos por los cuales el PRI eligió un candidato ajeno al partido y con niveles de preferencia muy bajos para contender por la Presidencia. La imagen del PRI no estaba en su mejor momento (revisar datos) y las circunstancias se ponían en su contra, debido a que durante lo que ha transcurrido en el sexenio de Peña Nieto, y a tan solo cinco años, se han develado múltiples casos de corrupción de exgobernadores priistas, de los cuales siete ya fueron sentenciados y otros ocho ya están siendo investigados (Zavala, 2017).

¿Qué características habría de buscar el PRI en su próximo candidato? Los líderes priistas eran conscientes de su situación, existe un desencanto de la sociedad por los resultados en el gobierno que lidera el PRI desde el 2012 y consideramos que es un factor que orilló al partido a seleccionar cuidadosamente al próximo candidato por la Presidencia. Antes del 14 de diciembre existían muchas especulaciones de quién sería candidato por el PRI, sin embargo, diversas declaraciones de líderes del partido coincidían en un punto: un candidato con experiencia, con virtudes y sin afiliación partidista.

Para empezar Enrique Ocho Reza, presidente nacional del PRI, reafirmo la importancia del presidente e hizo mención respecto a que el Presidente Peña Nieto es “central en la elección de nuestros candidatos” (Excelsior, 2017), lo que denota una injerencia en los procedimientos de selección de candidato, y nos hace pensar que tuvo un fuerte peso en la decisión. Peña Nieto afirmó que el candidato debía tener una trayectoria en la que pueda acreditar conocimiento y experiencia en el servicio público y que tenga una propuesta clara (Sánchez, 2017); Eruviel Avila Villegas, exGobernador del Estado de México, sostiene que necesitamos regresar a ese PRI que se preocupa por las causas sociales (Excelsior, 2017a); Francisco Labastida Ochoa, militante con carrera política relevante, afirmaba que partido debía atraer simpatizantes externos y para ello se necesitaban “candidatos con honestidad a prueba de balas, pues debe tener la capacidad para atraer simpatizantes de afuera”(Excelsior, 2017b).

Ahora bien, la razón por la que afirmamos que la nominación fue preferencial, es que existe el antecedente de modificaciones a los estatutos del partido. Para que el PRI no fuera criticado por “dedazo”<sup>1</sup>, desde agosto se modificó el artículo 24 de los estatutos del partido<sup>2</sup>, el cual otorga la posibilidad de que un aspirante se registre como precandidato presidencial sin ser necesariamente militante priista, lo que nos hace

---

<sup>1</sup> Expresión que se utiliza como referencia a un acto por el cual, sin tomar en cuenta las formas democráticas, se designa a una persona para un cargo público.

<sup>2</sup> El artículo 23 destaca las pautas para los militantes del partido y, de acuerdo con esos principios, en el artículo 24 hace mención sobre las candidaturas de los no afiliados de la siguiente forma: “Independientemente de las categorías a que hace referencia el artículo anterior, el Partido reconoce como simpatizantes a las personas ciudadanas no afiliadas que se interesan y participan en sus programas y actividades.” Consultado en: <http://pri.org.mx/SomosPRI/Documentos/Estatutos2017.pdf>

deducir que a partir de este momento ya se tenía en consideración una estrategia que permitiera corregir los errores del partido.

Por otro lado, líderes del partido como Emilio Gamboa, Senador, y Luis Videgaray, Secretario de Relaciones Exteriores, ensalzaban las cualidades del entonces Secretario de Hacienda y Crédito Público: José A. Meade. Emilio Gamboa atribuyó a José A. Meade la capacidad de poder ocupar la candidatura presidencial por el PRI o el Banco de México debido a su gran capacidad (Robles, 2017) y Luis Videgaray, lo describe como “uno de los mexicanos más talentosos y preparados en el país” y “protagonista de una de las transformaciones de la política pública en México en las últimas décadas”(Excelsior, 2017a).

En ese sentido el PRI vio una oportunidad en José A. Meade, pues coincidía con los objetivos del discurso que venía manejando el PRI: trayectoria, virtudes e independencia partidista. A un poco más de un mes a partir de que el Consejo Político Nacional del Partido Revolucionario Institucional determinara que el candidato a la Presidencia será elegido por el método de Convención de Delegados, José A. Meade, Secretario de Hacienda y Crédito Público, renunció en los Pinos a dicho cargo y mostró sus deseos de registrarse como precandidato a la Presidencia del PRI. Deducir si José A. Meade fue elegido por “dedazo” era precipitado y existían elementos que podrían coincidir, ya que los atributos que caracterizan a José A. Meade es necesariamente lo que el PRI necesitaba para mejorar y reparar su imagen en 2018.

Las características que llevaron a José A. Meade a ser candidato Presidencial del PRI, como ya hemos mencionado, cumplían con el perfil ciudadano que buscaban los líderes priistas: trayectoria, experiencia como servidor público, apoyo de la élite política y económica, y, lo más importante, la no pertenencia a ningún partido político. Respecto al primer elemento, la trayectoria, José A. Meade se caracteriza por ser un

economista y abogado, las escuelas donde se desarrolló como profesionista eran reconocidas en México y Estados Unidos como el ITAM<sup>3</sup>, la UNAM, y Yale.

Segundo, la experiencia como servidor público que había acumulado José A. Meade se centraba en el sector económico, particularmente en el financiero. Pero sus cargos más importantes empezaron en la época de el Presidente Felipe Calderón, a lado de Agustín Carstens en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), donde negoció la aprobación de la Reforma Fiscal; en la Secretaría de Energía y después como Secretario de Hacienda esta vez. Al inicio del gobierno de Enrique Peña Nieto, José A. Meade fue asignado como Secretario de Relaciones Exteriores y cabe señalar que fue el único secretario de estado bajo la administración del ex Presidente Calderón que formó parte del gabinete inicial del nuevo presidente; para el 2015 fungió como Secretario de Desarrollo social, y para el 2016 nuevamente fue asignado a la SHCP hasta su renuncia en 2017.

El reconocimiento de esta experiencia no puede reducirse solamente a las instituciones en las que José A. Meade ha transitado a lo largo de veinte años, su desempeño lo coloca en una posición que lo hizo reconocido. Desde 2016 José A. Meade se había comprometido a bajar la deuda pública así como reducir el gasto público, al final de su gestión había logrado una estabilidad a nivel macroeconómico: reduciendo el gasto público, donde el gasto neto pagado fue menor en 8.7 por ciento en términos reales respecto a 2016; y la deuda pública también disminuyó, de un 48.7% a un 46.2%, lo que representa una disminución en 2.5 puntos porcentuales.

La experiencia del candidato le permitió tener un amplio apoyo de distintos sectores sociales tanto económicos como políticos. Los elogios sobre los buenos resultados que había logrado José A. Meade en la SHCP se gestaron solo unos meses antes de que mostrara sus intenciones de ser candidato por la Presidencia del PRI, pero el apoyo

---

<sup>3</sup> Es Licenciado en Economía egresado del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), así como Licenciado en Derecho por la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Obtuvo el Doctorado en Economía por la Universidad de Yale. Consultado en: “Carrera al universo y mérito Profesional: Dr. José Antonio Meade Kuribreña”, ITAM, 2015, [http://carreraaluniverso.itam.mx/muro/2015/semblanza\\_01.html](http://carreraaluniverso.itam.mx/muro/2015/semblanza_01.html)

umento considerablemente después de su “destape”<sup>4</sup>. Desde ese mismo momento, distintos actores sociales mostraron su respaldo, principalmente políticos y empresarios. José A. Meade contaba con el reconocimiento del Presidente del Consejo Coordinador Empresarial, los ExPresidentes Vicente Fox y Carlos Salinas. Este último declaró que el PRI tenía un formidable candidato en José Antonio Meade resaltando sus valores: calidad humana, honestidad , talento y amor a México por lo que podrá hacer una labor formidable.

Otro factor que también fue decisivo en la estrategia del PRI para la selección del candidato presidencial fue el apartidismo<sup>5</sup>. La búsqueda de un ciudadano que representara al partido sin haber sido militante y que le permitiera renovar su imagen al mismo tiempo determino la elección de José A. Meade.

### **2.1.1 El desarrollo de la precampaña**

Una vez definido el candidato del PRI, el 14 de diciembre se da oficialmente el inicio de la precampaña por la presidencia de México para el sexenio 2018-2024, donde el registro de los candidatos ante el Instituto Nacional Electoral quedó de la siguiente manera: Ricardo Anaya representando a la Coalición por México al Frente, constituido por el Partido Acción Nacional (PAN), el Partido Revolucionario Democrático (PRD) y Movimiento Ciudadano (MC); después, Andrés M. Lopez Obrador representando a la coalición Juntos Haremos Historia, constituido por el Partido del Trabajo (PT),

---

<sup>4</sup> En México, se refiere al acto de destapar al "tapado", esto es, de realizar sorpresivamente un pronunciamiento público a favor de la nominación de una persona como candidato de un partido, por parte de un dirigente, grupo u organización afiliada al mismo, que habiendo recibido información de a quién ha favorecido el "dedazo", se le ordena actuar así para provocar la "cargada", o sea, una avalancha de apoyos que hacen imparable esa nominación. El lanzamiento del candidato presidencial del Partido Revolucionario Institucional se hizo por este procedimiento desde Miguel Alemán Valdés hasta Ernesto Zedillo, quien tras el asesinato de Luis Donaldo Colosio, fue destapado con base en un video en donde el candidato victimado elogiaba la trayectoria de Zedillo cuando éste asumió la coordinación de su truncada campaña. Consultado en: <http://diccionario.inep.org/D/DESTAPE.html>

<sup>5</sup> El concepto apartidismo se refiere a la no pertenencia o adscripción a ningún partido político concreto o, más generalmente, el carácter de las organizaciones políticas que no están de acuerdo con el sistema de partidos políticos actual. El apartidismo permite partir sin un posicionamiento preestablecido para alcanzar puntos en común, aquello que pueda ser propuesto y ejecutado para un bien común sin partir de premisas ideológicas, por no requerir una cosmovisión completa de la realidad, sino de cada aspecto en concreto. (Wikipedia, 2018) En México el apartidismo ha tenido auge desde las elecciones del 2015, debido a que ahora se permite postular a candidatos sin partido de manera independiente.

Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) y Partido Encuentro Social (PES); la coalición que representa José A. Meade es Todos por México y se constituye por el PRI, el Partido Verde Ecologista (PVEM) y Nueva Alianza; por último cabe señalar que entra el vigor la posibilidad de ser candidato independiente por la presidencia, entre los más importantes, y que seguirían en la campaña, fueron: Margarita Zavala y Jaime Rodríguez. (Ver Tabla 1)

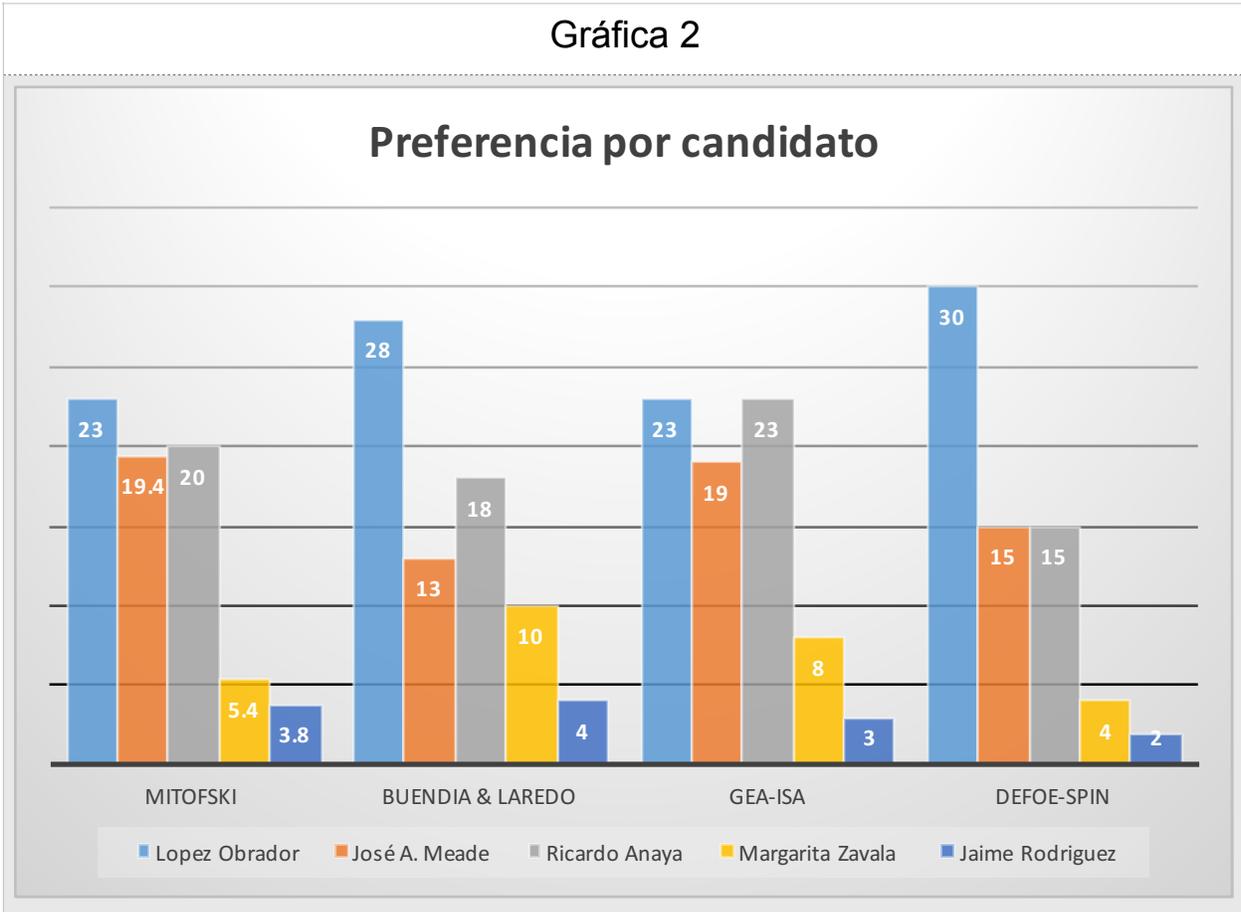
| Tabla 1                 |                         |                         |   |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---|
| Alianza                 | Precandidato            | Candidato               | Logo  |
| Juntos Haremos Historia | Andrés M. Lopez Obrador | Andrés M. Lopez Obrador |    |
| Por México al Frente    | Ricardo Anaya           | Ricardo Anaya           |    |
| Todos por México        | José A. Meade           | José A. Meade           |  |

La precampaña en general esta marcada por tres sucesos nacionales, uno es el sismo del 19 de septiembre, el otro es la renegociación del Tratado de Libre Comercio de America del Norte (TLCAN), y el último es, la construcción del Nuevo Aeropuerto de la Ciudad de México (NAICM).<sup>6</sup> Así bien, por el lado de las encuestas, el candidato puntero era López Obrador con una ventaja significativa por encima de Ricardo Anaya, y José A. Meade quien comenzó como último lugar en las preferencias (ver gráfica 2).

<sup>6</sup> La idea de la construcción de un nuevo aeropuerto empezó desde 1990 y se empezaron a hacer estudios, pero fue hasta el año 2001 que se tomo la decisión de construirlo en Texcoco. Sin embargo, fue cancelado por ejidatarios en el año 2002 lo que termino en conflicto social. Y en el 2014, se retoma el proyecto por el gobierno de Enrique Peña Nieto, desembocando en una serie de controversias ecológicas, sociales y políticas hasta la fecha. (Wikipedia, 2018)

José A. Meade se enfrentó al problema de representar al PRI, lo que lo colocó en esta posición de desventaja desde el principio de la campaña.

Gráfica 2



Fuente: Elaboración propia. En la gráfica se muestra las preferencias entre los ciudadanos que corresponden al mes de diciembre. Consultado de cuatro distintas casas encuestadoras: Mitofski (<http://www.consulta.mx>), Buendía & Laredo (<http://www.buendiaylaredo.com>), Gea-Isa (<http://www.isa.org.mx>), Defoe-Spin (<http://encuestadefoe-spin.com>)

Durante la precampaña el PRI fue el partido con más transmisiones de spots televisivos con 1'131,578,(INE, 2018: 34-39). Así mismo hizo un recorrido en cada Estado del país, y dio alrededor de 50 discursos. José A. Meade comenzó la precampaña en San Juan Chamula, Chiapas a media noche y con una serie de controversias respecto a la realización de actos anticipados de campaña anticipados por la aparición de José A.

Meade en un spot, y que posteriormente influyó en la decisión del INE al modificar un criterio sostenido en elecciones anteriores que prohibía la aparición en radio y televisión de precandidatos únicos.<sup>7</sup>

La coalición que propusieron formar el PRI, el PVEM y NA, tuvo en un primer momento el nombre de “Meade Ciudadano por México”, sin embargo fue rechazado por usar un nombre propio y hasta el 16 de enero se aprobó el nombre oficial que tendría la coalición: Todos por México.

Durante la precampaña José A. Meade, fue objeto de difamación al ser señalado por Ricardo Anaya, candidato del PAN, como el responsable directo del aumento de los combustibles, como la gasolina, durante su gestión en la SHCP. Sin embargo se dio una pronta respuesta por parte del partido y del candidato negando tal responsabilidad, pues los precios no son regulados por esta (Bañuelos, 2018; Rosas, 2018). Así mismo, el Partido Movimiento Ciudadano emprendió una demanda en contra de José A. Meade ante la Procuraduría General de Justicia por un presunto desvío de recursos por 540 millones de pesos durante su gestión en la Secretaría de Desarrollo Social (Muñoz, 2018). Aunque no existe un impacto significativo de estos hechos, las preferencias en las encuestas demuestran un impacto decreciente.

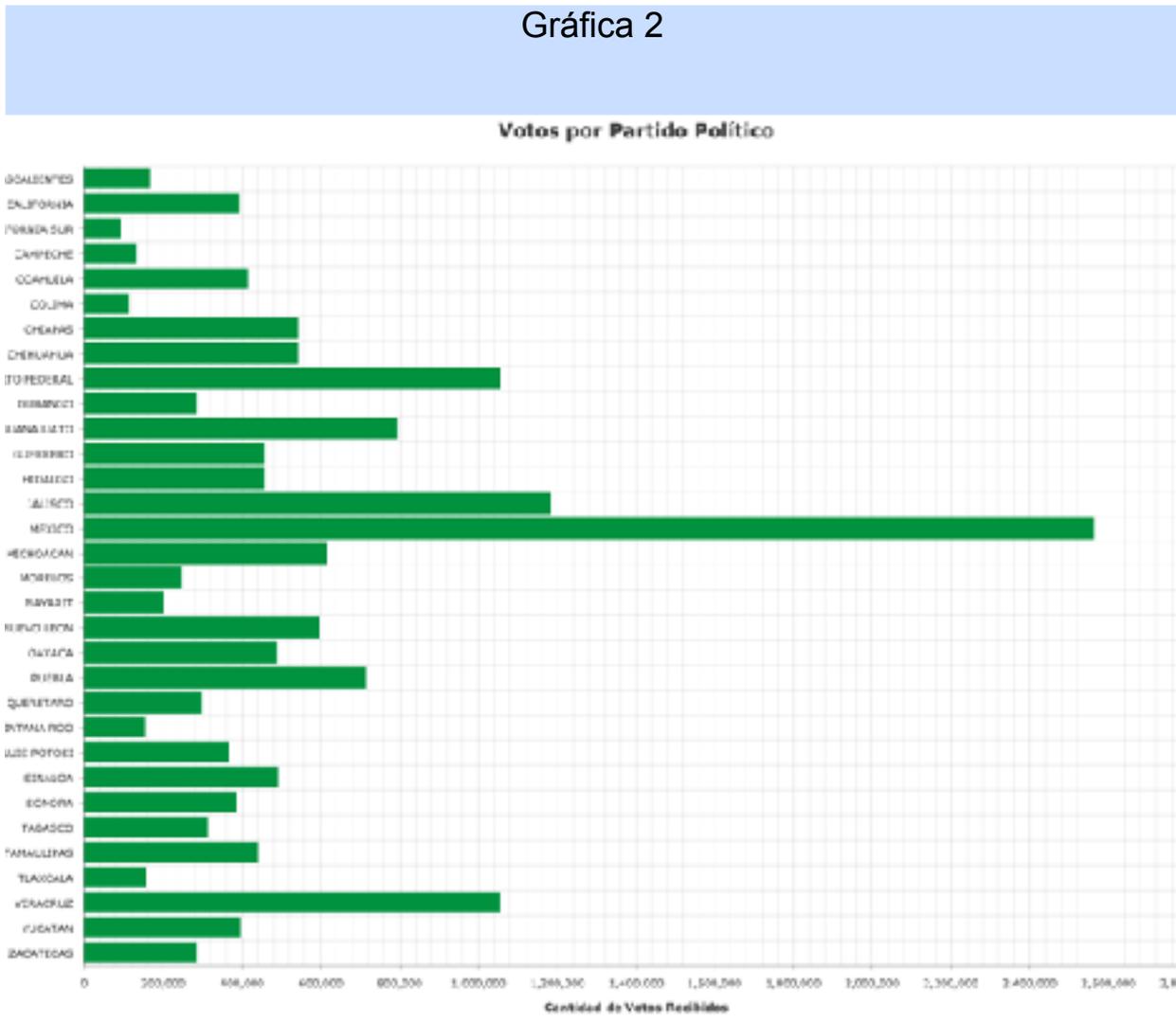
Los slogans que ha usado José A. Meade en la precampaña son: “Lo mejor esta por venir” (Meade, 2017) y “Yo mero”. Este último surgió a raíz de un dialogo en twitter entre José A. Meade y Tatiana Clouthier, coordinadora de campaña de Andrés Manuel, donde el candidato respondió que él es el Presidente que México necesita (Meade, 2018). Y Enrique Ochoa Reza, en calidad de dirigente de campaña del PRI, aprovechó la oportunidad para usarlo como slogan (Juarez, 2018) del candidato.

José A. Meade recorrió un total 30 entidades sin incluir la Ciudad de México y su cierre de campaña fue en el Estado de México, el cual es un pilar del PRI por ser el Estado

---

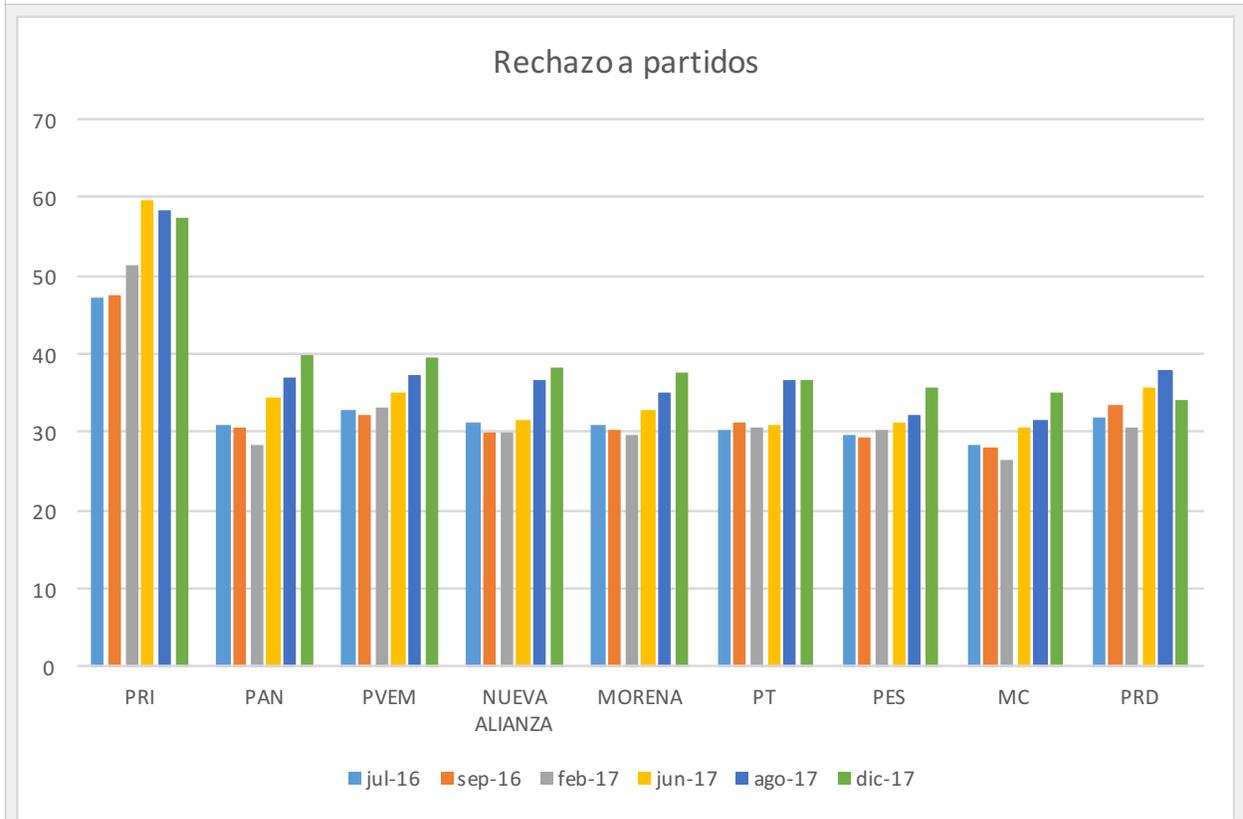
<sup>7</sup> Con la inclusión de la leyenda: “Mensaje dirigido a los miembros de la Convención Nacional de Delegados del PRI” en los promocionales Mujeres y Visión, fue suficiente para que los consejeros consideraran que esta propaganda respeta la ley.

con su mayor fuerza electoral (ver gráfica 2). La precampaña terminó el 11 de febrero, y la imagen de José A. Meade quedó totalmente empañada por la reputación del PRI y del Presidente Enrique Peña Nieto (ver gráfica 3 y 4). La evidencia sugiere que el gran rechazo que existía al partido impactó negativamente en la imagen del candidato, ya que, durante toda la precampaña se mantuvo como un candidato rezagado al permanecer en tercer lugar y en un gradual descenso.



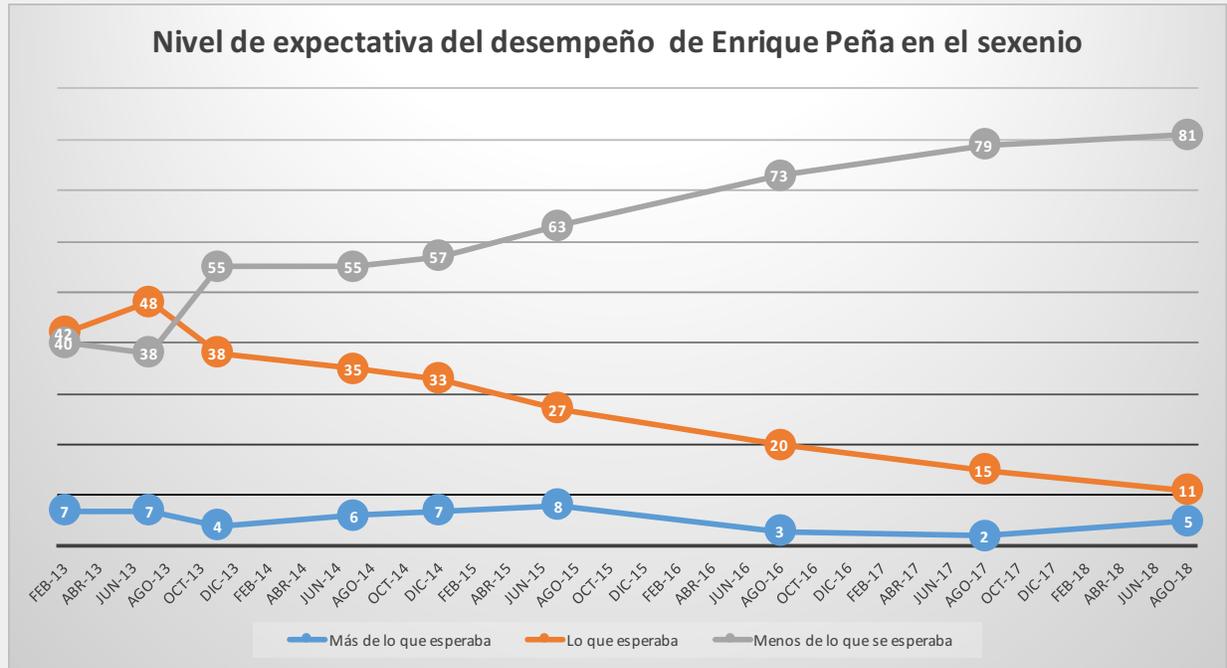
Fuente: Sistema de Consulta de la Estadística de las Elecciones Federales, "Atlas de Resultados de las Elecciones Federales 1991-2015, votos por partido".

Gráfica 3



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Mitofsky 2017.

Gráfica 4



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Parametría 2018.

## 2.2 La campaña

El 30 de marzo comenzó oficialmente la campaña presidencial 2018 donde los candidatos tienen diversas opciones para competir y sumar votos a favor de sus campañas, como mitines, difusión de propaganda, transmisión de spots, eventos, proselitismo, etc. A partir de ese momento se definieron los candidatos de cada partido por la presidencia de México 2018-2024.

Los candidatos quedaron de la siguiente manera: Andrés Manuel Lopez Obrador por la coalición Juntos Haremos Historia; Ricardo Anaya representando a la coalición Por México al Frente y José A. Meade encabezando a Todos Por México. Margarita Zavala, ex militante del PAN, fue la única candidata independiente que obtuvo su registro, aunque posteriormente también Jaime Rodríguez, gobernador del estado de Nuevo

Leon, consiguió su registro. A pesar de que la campaña inicio el 30 de marzo, Andrés Manuel Lopez Obrador y José A. Meade comenzaron hasta el 1 de abril su primer acto de campaña. Andrés Manuel Lopez Obrador inicio su campaña en Ciudad Juarez, Chihuahua; mientras que Ricardo Anaya comenzó en el centro de convenciones, Expo Santa Fe en la Ciudad de México; Margarita Zavala comenzó en el Ángel de la Independencia de la Ciudad de México.

Y el candidato del PRI, José A. Meade inició un día después, exponiendo que el respetaba la fechas católicas. Debido a que el día oficial de inicio de campaña coincidía con día de asueto religioso para la mayoría de los mexicanos. El 2 abril en Merida, Yucatán, donde José A. Meade comenzó su campaña en el Centro de Convenciones del Siglo XXI con una gran pantalla al fondo, y las letras de “MEADE” en tamaño grande debajo del podio y con una audiencia de alrededor de 18 mil simpatizantes<sup>8</sup>, rodeado de un estruendoso coro de personas que gritaban y aplaudían exclamando: ¡Pepe presidente! Además cabe destacar que los líderes del partido vistieron de blanco en dicho evento.

Asimismo, José A. Meade ofreció los lineamientos de su campaña que posteriormente desarrollaría a lo largo de su discurso con una propuesta de siete compromisos; también se muestra el slogan de campaña y que también tiene por nombre su programa: “avanzar contigo”, el cual es exaltado por una combinación de colores verde, azul y rojo.

Desde este momento José A. Meade se presenta como un ciudadano que le atañe la familia haciendo énfasis a la importancia de la mujer en su vida, y que percibimos como la extensión de su imagen: su esposa Juana Cuevas.<sup>9</sup> Y al mismo tiempo, esta imagen de ciudadano, nos revela que en ningún momento José A. Meade se identifica con el

---

<sup>8</sup> De acuerdo a un comunicado que emitió el Partido Revolucionario Institucional, en el inicio de campaña hubo una asistencia de 18 mil simpatizantes, más 68 mil 600 militantes que siguieron la campaña en diferentes plazas públicas al rededor del país. Sumando así una audiencia de alrededor de 86 mil simpatizantes. Consultado en: <http://pri.org.mx/somospri/SaladePrensa/Nota.aspx?y=29299> [2 de abril 2018].

<sup>9</sup> En su discurso de inicio de campaña, Meade hace un gesto de honor y amor a su esposa presente al decirle: “mi mayor fortuna, mi mayor fortuna es haberme casado con Juana”.

partido pues no hubo una sola afirmación en la que se refiriera al PRI; y el símbolo del partido es minimizado junto a los otros dos partidos de la coalición, debajo del nombre de Meade que es resaltado en letras más grandes y en mayúsculas. Esto refuerza la idea de que la imagen del partido es negativa para el candidato y que se está tomando en cuenta dentro de la misma estrategia de campaña del candidato.

Para José A. Meade la campaña se desarrolló bajo un marco hostil, de incertidumbre tanto a nivel interno como externo. Surgieron ciertos sucesos que fueron importantes dentro de la campaña. Como ya habíamos mencionado uno era la renegociación del TLCAN, pero aunado a esto se suscitaron momentos en que México fue agredido por el Presidente de Estados Unidos, Donald Trump por el envío de militares a la frontera. Por el lado interno, no solo la mala reputación del partido como lo sucedido con Cambridge Analytica<sup>10</sup>, sino también con la violencia tras ser la elección con más candidatos asesinados desde antes que comenzara la campaña.

### **Parte 3: imagen y discurso en la campaña de José Meade**

#### **3. Discurso presidencial**

##### **3.1 La construcción de los marcos en el discurso de José A. Meade**

En este apartado se hace el análisis de los discursos a través de la metodología propuesta en el capítulo 1, tomando en cuenta cuatro elementos, que son los marcos del protagonista, del antagonista, del diagnóstico y de pronóstico. En la precampaña se analizaron 51 discursos y 118 discursos en la campaña a lo largo de todos los Estados de la República y con diferentes organizaciones de la sociedad.

###### **3.1.1 El marco del protagonista**

---

<sup>10</sup> Con el intento de cambiar el rumbo de las elecciones el PRI le pagó a la consultoría Cambridge Analytica, que trabajó con Donald Trump en su campaña, para que no colaborara con otro partido, sin embargo no contrató sus servicios para llevar una campaña sucia.

Como ya hemos visto, José A. Meade se enfrenta al problema de representar al PRI, lo que lo coloca en una posición de desventaja. Tomando en cuenta el daño inicial de la imagen del candidato, es lógico que la estrategia a seguir para la construcción de su imagen es la reparación de la misma (Benoit, 1997). Consideramos que son tres los elementos que caracterizan el marco del protagonista en este candidato: el primero es por su trayectoria, el segundo por sus virtudes y el último por su posición como ciudadano apartidista. En ese sentido Meade se presenta principalmente como un ciudadano íntegro, tanto en los spots televisivos como en todos sus discursos trata de proyectarse como una persona competente, igualitaria, justa, honesta, optimista, responsable, humilde y, lo más importante, como ciudadano sin ninguna relación con algún partido.

José A. Meade comenzó la precampaña en San Juan Chamula, Chiapas, a media noche donde se presentó vestido con el atuendo regional de Chamula (con sombrero y vestido con un abrigo regional de color negro) y acompañado de su esposa. El candidato comenzaría su discurso de la siguiente manera:

“Estamos hoy donde empieza México, comienza aquí por nuestros orígenes, nuestras raíces indígenas, nuestro patrimonio cultural, comienza aquí porque Chiapas decidió hace casi 200 años integrarse a México, San Juan Chamula representa el México diverso y plural que nos enriquece, representa también al mexicano que todos los días se esfuerza por sacar adelante a su familia. (...) Aquí estoy porque me conocen y los conozco, he caminado todas sus regiones, trabajado con ustedes. (...) tanto como en el reto de electrificar como el de asegurar piso firme a las viviendas, en el de llevar crédito para los proyectos en el campo y generando más oportunidades con prospera” (PRIOficialTV México, 2017).

En este primer discurso el marco que refleja José A. Meade es el de un ciudadano que proviene del pueblo, con humildad y a su vez como alguien confiable, comprometido con su trabajo y solidario.

En su discurso de inicio de campaña el candidato comenzó explicando por qué empezaba ahí su campaña de tal manera que refuerza los aspectos anteriores,

haciendo hincapié en valores culturales que él considera dignos de ser reconocidos y practicados:

Inicio mi campaña desde la tierra de la gran cultura maya. Yucatán es sinónimo de orgullo mexicano. Quien ha nacido en Yucatán, lo ama con todo su corazón y, quien no, también. Empiezo en Yucatán porque aquí hay ejemplos de todo lo que el país puede ser: una sociedad que avanza, próspera, segura, creativa, en la que cada persona puede desarrollar su talento y construir su propio destino. En mi campaña que inicia, buenas propuestas escucharán, la arranco con ustedes porque amo Yucatán (Meade, 2018).

En estos discursos se refleja la construcción de un hombre virtuoso, Meade se sitúa a sí mismo favorablemente respecto a su desempeño como un funcionario público humilde, capaz y responsable. Este atributo de la humildad constantemente se repitió en su discurso e imagen ya que se muestra como alguien cercano a la gente. En un discurso ante la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC) Meade halaga los valores de esta organización: la unión, la honestidad en el trabajo, la lealtad, la familia y la solidaridad (Meade, 2018b). Así mismo, se ha mostrado viajando en aviones como clase turista; celebrando los valores navideños; reuniéndose con niños indígenas para partir la rosca; visitando museos, corrigiendo sus errores discursivos; se muestra como alguien digno de admirar; conmemora a los trabajadores de distintos oficios, y el mismo se alude este atributo de humildad, en Oaxaca declaró: “Obvio, estoy muy contento de estar aquí y, con mucha humildad, pedirles su apoyo” (Meade, 2018c). Por último, nos parece pertinente citar otro fragmento del discurso que ensalza esta virtud de humildad:

“Y hemos aprendido que el que pide con humildad encuentra siempre una respuesta generosa; que el que toca puertas con humildad encuentra siempre quién le abra y hable con él, y se convenza; quien camina con humildad convence a su comunidad; quien camina con humildad gobierna para bien y da resultados”. (Encuentro Simpatizantes Morelia, 2018)

Otra virtud a la que apela José A. Meade es la fraternidad, la unión, la colectividad: “Esta elección se reduce a sólo dos opciones: avanzar unidos o retroceder. Mi propuesta es ir hacia adelante, mi propuesta es sumar, mi propuesta es construir ese México que merecemos. Por eso pido el voto de quienes quieren construir y no destruir; unir y no dividir; avanzar y no retroceder.” (Meade, 2018; PRI, 2018) Es por eso que se retoma la imagen del difunto candidato del PRI, Luis Donaldo Colosio, haciendo énfasis en honrar sus principios: “ser sensibles a las demandas y necesidades de las comunidades, estar a la altura del compromiso que esperan de nosotros y asumir autocrítica y transformar lo que nos duele y que nos lastima.”<sup>11</sup> Y estos principios evidentemente hacen alusión a la imagen que José A. Meade empieza a construir: un candidato que busca la unión de la sociedad al mostrarse sensible con el pueblo escuchando y manteniéndose cerca, y al mismo tiempo refleja la humildad que también busca proyectar. Y estos, son las cualidades en las cuales se ha centrado la estrategia del candidato.

Así mismo, tanto en sus discursos como en las redes sociales José A. Meade se muestra como un ciudadano ejemplar e íntegro. El candidato proyecta la imagen de un padre de familia que defiende los valores de la esperanza, paz, armonía, amor y familia. Esta virtud se refuerza con el hecho de que en la mayoría de sus discursos está acompañado de su esposa Juana Cuevas. Y en su canal de Youtube<sup>12</sup> lanzó una serie de spots autobiográficos que enmarca su forma de ser, su educación familiar, sus hermanos que tiene, su vida en matrimonio, sus estudios y su inmersión como servidor público en las distintas secretarías de gobierno. Por otro lado, un aspecto que consideramos importante en la imagen de José A. Meade al mostrarse como un ciudadano común y corriente, es que en la mayoría de sus discursos siempre se encuentra acompañado de su esposa Juana Cuevas, dándole mayor ímpetu a este valor de familia.

---

<sup>11</sup> PRI, “Mensaje del precandidato del PRI a la Presidencia de la República, José Antonio Meade Kuribrefña, durante su encuentro con integrantes del Consejo Político Estatal de Hermosillo”, 21 de diciembre 2017, consultado en: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=26700>

<sup>12</sup> José A. Meade utilizó una cuenta de Youtube para promocionarse, y subió una serie de nueve videos que hablan sobre su vida en una lista llamada: “conoce a Meade”.

La inclusión, la diversidad que presenta José A. Meade al darle un fuerte énfasis en sus propuestas a los jóvenes, a las mujeres y a personas discapacitadas, hacen de su imagen un ciudadano solidario que mira a los de menos oportunidades. El candidato sostenía: “Si queremos que México crezca, lo primero que tenemos que resolver es que México sea incluyente” (Meade, 2018d). Respecto a las personas discapacitadas Meade afirmó:

“(P)resentamos justamente ese esfuerzo que estamos haciendo de inclusión, ese esfuerzo que estamos haciendo de diálogo, lo presentamos en braille, lo presentamos en un lenguaje de fácil comprensión, lo presentamos como un testimonio de que este diálogo de inclusión tiene que empezar por la capacidad, en campaña, de acercarnos y, en campaña, de hacer un esfuerzo por que esas voces también sean incluidas y también sean escuchadas”. (Meade, 2018e)

Para mostrarse cercano a la juventud José A. Meade usa lenguaje coloquial que los jóvenes usan; en un discurso que se llevó a cabo en la Convención Nacional de Delegados del PRI, el candidato enaltecía la importancia que tiene la juventud para el partido: “Nunca en la historia del Partido habíamos ido a una elección con tantos jóvenes en la boleta. Aquí están esos jóvenes que van a ser candidatos, aquí están estos jóvenes que lucharon todos los días por ser representados, por llevar a cada espacio su voz; jóvenes que pelearon por uno de tres, que hicieron de eso su grito de batalla” (Meade, 2018f). Y por el lado de la mujeres el candidato declaraba:

“¿A poco no vale la pena emocionarse con el testimonio de tres mujeres valientes que sacan adelante a su familia? Un aplauso para las tres.  
Y solamente después de escuchar podemos entender qué es lo que se espera del gobierno, qué es lo que cada una de ellas espera de un gobierno que funcione.  
Cada una de ellas espera y necesita algo distinto, necesita un apoyo diferente; en algún caso, crédito a la palabra, y el crédito a la palabra se vale porque la mujer es la más cumplidora. Cuando le damos un crédito a una mujer, ese crédito se paga, y con el dinero que ganan, mejora la salud, mejora la educación y mejora la casa familiar”. (Meade, 2018g)

Ahora bien, en diversas declaraciones tanto del partido como individuales del candidato, se resalta su experiencia como servidor público por más de diez años, lo

que refleja su honestidad y compromiso. Un evento que aprovecha el partido y que sitúa a José A. Meade favorablemente ante los otros partidos, es que el candidato cumplió con la fiscalización ante el INE. En diversos discursos y spots, José A. Meade alude a su experiencia, y que su trabajo lo diferencia como servidor público: “Soy un hombre que ama profundamente a México. Me he preparado y tengo la experiencia de servir y dar resultados por más de 20 años, sin escándalos, vivo de mi salario, soy un hombre de familia” (Meade, 2018h).

Para terminar con este enmarcado protagónico, nos parece importante señalar un aspecto evidente a lo largo de todos los discursos de Meade: su estrategia de presentarse como ciudadano lo hizo mantener una distancia del PRI discursivamente. José A. Meade sabía muy bien el peso que tenía el partido sobre su imagen, sostenía:

Sabíamos desde el principio que ésta sería una campaña difícil, que íbamos a remar contra corriente, pero nos anima la convicción de que somos la mejor alternativa para el país, ¡por eso vamos a ganar!

Es cierto que somos el hombre y su circunstancia, pero también es cierto que podemos trabajar y tenemos que luchar para cambiar y mejorar nuestra circunstancia, por eso queremos ser compañeros en su lucha, por eso queremos hacer equipo y por eso ¡vamos a ganar! (Meade, 2018i)

Hemos ya visto que José A. Meade se presenta como un candidato ciudadano competente, con experiencia y humilde, por lo que la construcción del electorado tiene como objetivo cambiar la imagen negativa del partido, reconociendo que no hay malos partidos si no solo políticos malos: “me di cuenta que en la política se puede ser honesto, me di cuenta que en la política se puede ser generoso, me di cuenta que en la política hay valores, que en la política hay entrega, que en la política hay emoción, que en la política hay ganas de servir y transformar”.(Meade, 2018j) Por lo tanto el candidato se basaba en su vida y experiencia, resarcando al mismo tiempo la imagen de los calificados como incompetentes políticos del partido.

### 3.1.2 El marco del antagonista

En este apartado se analiza como se utilizó el marco del antagonista, primero se hace una crónica de los ataques entre los candidatos antagonistas, y después se analiza el discurso identificando los atributos que caracterizaron este marco antagonista proyectado por José A. Meade. Cabe señalar que en su primer discurso de precampaña y campaña José A. Meade no señaló como antagonista a ningún candidato, sino durante el desarrollo de la campaña fue denotando a sus rivales, hasta definir a uno sobre los demás. El principal candidato opositor fué Andrés Manuel López Obrador, por ser quien encabezaba las preferencias de acuerdo a las encuestas. Entonces Andrés Manuel Lopez Obrador es el principal candidato antagonista. El Segundo candidato antagonista era Ricardo Anaya que juega también un papel importante como candidato antagonista. La campaña del PRI, a pesar de que comenzó con una valoración más positiva que negativa (Integralia, 2018a: 7), termino siendo una campaña totalmente negativa, principalmente por que José A. Meade comenzó como candidato rezagado con un bajo nivel en las encuestas de preferencias.

El segundo candidato antagonista era Ricardo Anaya, los problemas que se le atribuyen son: es responsable de la división del PAN, esta vinculado con lavado de dinero y es una persona ambiciosa capaz de mentir y traicionar para su beneficio. El objetivo de la campaña en este segundo enmarcado de antagonista radicaba en posicionar al PRI como segundo lugar en las encuestas y dejar como candidato rezagado a Ricardo Anaya para después centrarse en el candidato puntero.

Enrique Ochoa Reza, dirigente del PRI, empezó una campaña negativa en contra de Ricardo Anaya desde octubre, a tan solo dos meses de que comenzara la precampaña, este último se perfilaba a ser el próximo candidato del Partido Acción Nacional. Enrique Ochoa aprovecho el contexto en que estaba inmerso el país derivado del reciente sismo en septiembre, y de la situación interna de división que se vivía en el PAN. Ricardo Anaya fue exhibido como una persona intolerante, de doble moral, mentirosa, traicionero y poco democrático. Esto se derivó primero, por la salida de Margarita

Zavala del PAN quien acusó a Ricardo Anaya de dividir al partido y hacerse propaganda para ser candidato presidencial; segundo, Ricardo Anaya no renunció al financiamiento público como lo había sostenido días después del sismo (Excelsior, 2017c). Sin embargo, Ricardo Anaya se defendió de tales ataques y declaró que la salida de Zavala fue una estrategia del PRI para dividir y desprestigiar al PAN debido a su bajo posicionamiento en las encuestas (Excelsior, 2017d).

Una vez que los partidos dieron a conocer a los precandidatos por la presidencia, la campaña negativa empezó a construirse. Ricardo Anaya criticó el hecho de que José A. Meade representara a un partido que tanto ha dañado al país, así mismo, lo invitó a reflexionar sobre su desempeño en la SHCP al no traer resultados positivos (Bofill Gomez, 2017). Por otro lado, el presidente del Comité Ejecutivo Nacional (CEN) del PAN, Damián Zepeda reprochó a José A. Meade de rodearse de personas corruptas como Alejandro Gutiérrez (exsecretario adjunto del PRI nacional) quien era acusado de un desvío millonario hacia las campañas del PRI en 2016 (Gomez Lima, 2017; La jornada, 2017), y Ricardo Anaya resalto el peso que tenía el caso de corrupción de Javier Duarte para el mismo partido (Arellano, 2018); y de esta manera queda comparada la imagen personal de José A. Meade con la imagen del partido, y como ya hemos mencionado, el PRI estaba en su peor momento, poniendo al candidato en una situación muy desfavorable. El dirigente del PRI no tardo en contraatacar, aludiendo a Damián Zepeda que durante su gestión como diputado federal de 2012 a 2015 desvió recursos del gobierno de Sonora para su campaña como candidato municipal en Hermosillo (Galvan Ochoa, 2017). De esta manera el inicio de la precampaña quedó marcado por una riña entre PAN y PRI por el desvío de recursos, y que posteriormente afectaría la imagen de los dos candidatos.

Al conocer que José A. Meade representaría al PRI como precandidato, el coordinador de los diputados del PAN, Marko Cortés, también aprovecho para desprestigiar la imagen del precandidato incriminándolo de aumentar los precios en los combustibles al ser propuestos por el PRI y aprobados por José A. Meade en la SHCP, así como de fracasar en el combate al lavado de dinero (Damian, 2018). Y nuevamente el partido

defendió al precandidato, tanto Enrique Ochoa Reza como Ramírez Marín, presidente de la Comisión Permanente del Congreso de la Unión, declararon que José A. Meade no tiene que ver con el aumento de precio al combustible pues depende de otras instancias tanto nacionales como internacionales, y resaltaron que Ricardo Anaya fue uno de los que voto a favor de este incremento (Rosas, 2018); en respuesta a las acusaciones anteriores José A. Meade se deslindo del aumento a los precios del combustible ya que dependen de otras instancias (Bañuelos, 2018) y declaró que al PRI y a él mismo les duele la traición de Javier Duarte por corrupción puesto que esos valores no definen al partido (Navarro, 2018).

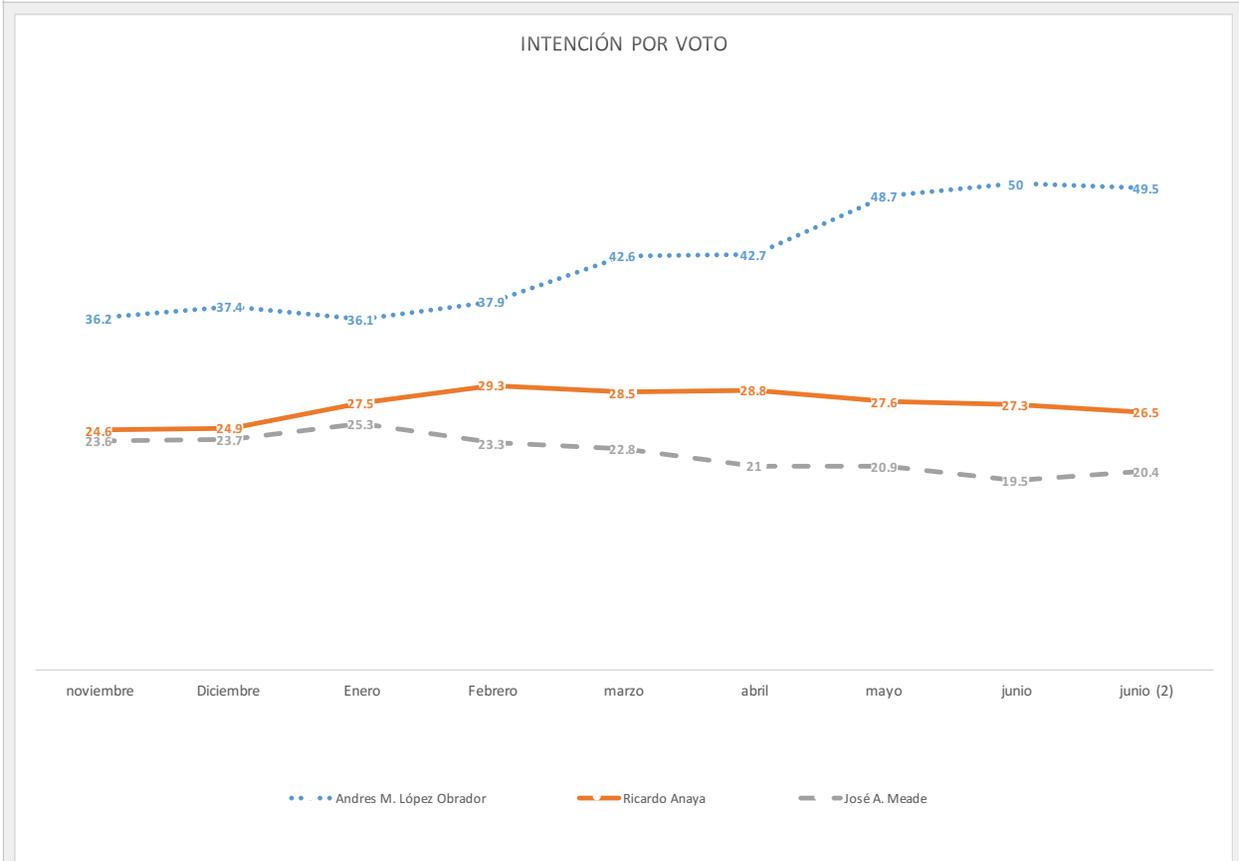
Manteniendo el marco en contra de Ricardo Anaya como divisor de su partido, José A. Meade aprovecho la salida de Javier Lozano, senador del PAN, para reforzar esta idea, usando a Javier Lozano como un nuevo eje de ataque sobre dos vertientes. Primero, la salida de Javier Lozano puso en evidencia la división que se vive dentro del partido, acusando a Ricardo Anaya de abusar de los recursos del partido y condicionar el presupuesto a las dirigencias estatales a cambios de apoyar sus aspiraciones (Mercado, 2018). Lo que permitió a José A. Meade criticar a Ricardo Anaya como mentiroso, traidor y corrupto (Excelsior, 2018c), y al mismo tiempo presionar a los partidos sobre los nombramientos de los fiscales del Sistema Nacional Anticorrupción (SNA) para atender casos como el de Ricardo Anaya (León, 2018). Y segundo, le permitió al José A. Meade reclutar a Javier Lozano, como vicecoordinador de mensaje y vocero oficial de la campaña (Milenio, 2018) , de tal manera que le permitió atacar a Ricardo Anaya con mayor credibilidad, al contar con el apoyo de un senador de su mismo partido (El Financiero, 2018).

En respuesta a lo anterior Ricardo Anaya minimizó las declaraciones de Javier Lozano sosteniendo que ya estaba trabajando con el PRI desde hace tiempo (Arellano, 2018a); así mismo, resalto el desempeño del gobierno en turno y sus pésimos resultados con el objetivo de mostrar el desastre que es actualmente el PRI como un partido insostenible (Arellano, 2018b); y bajo ese tenor Ricardo Anaya se burla de José A. Meade al llamarlo el “candidato de acero” “de a cero votos” debido a su posición en las

encuestas, y por ser incongruente con sus propuestas anticorrupción por tener una foto con el secretario de gobierno de Borge, quien recientemente fue encarcelado por casos de corrupción (Arellano, 2018c; Briseño, 2018).

Antes de que la precampaña terminara se publicó un spot titulado “Que piensa” del PRI donde aparece Ricardo Anaya elogiando las virtudes de José A. Meade, y el cual se puso primero en circulación a través de redes sociales (Ochoa Reza, 2018) y después fue avalado por el INE para su transmisión como spot (Juárez, 2018a) a pesar de que el PAN interpuso quejas por calumnias para bajar dicho spot. Sin embargo Ricardo Anaya había afirmado no levantar ninguna denuncia (Guzman, 2018) y señaló que tal acto es guerra sucia del PRI porque su campaña esta en ruinas y se cuelgan de su imagen para posicionarse en las encuestas (Ramón y Muñiz, 2018). El PRI esperaba resultados positivos al publicar dicho spot que le permitiría a su candidato rezagado posicionarse en segundo lugar, sin embargo, José A. Meade seguía siendo el rezagado. (ver gráfica 5).

Gráfica 5



Fuente: Elaboración propia, retomado de encuestas Oraculus (2018).

Las respuestas de Ricardo Anaya ante los ataques de José A. Meade se mantuvieron en el mismo tenor, Ricardo Anaya utilizó la ventaja que mantenía en las encuestas y hacia ver la campaña del PRI como un rotundo fracaso aunado con la percepción del pésimo desempeño del gobierno de Enrique Peña Nieto.

Antes de continuar con la campaña, debemos resaltar que la intercampaña quedo plagada de declaraciones negativas, entre José A. Meade y Ricardo Anaya. La estrategia se mantuvo, enmarcando a Ricardo Anaya como mentiroso, corrupto y traidor de su partido. Ricardo Anaya recibió una ola de ataques por parte de distintos líderes del PRI. Se le impusieron demandas por de enriquecimiento ilícito (Olivares y

Jiménez, 2018), por triangulación de recursos (Alemán, 2018), se le pedía al congreso ser investigado por senadores del PRI (Saldaña, 2018), se le acusaba de ser un ignorante ([pri.org.mx](http://pri.org.mx), 2018a), de asociarse con empresario corrupto (Juárez, 2018b), de tener vínculos con el crimen organizado (Alemán, 2018a), de mostrar inconsistencias en su patrimonio (León, 2018a), de no ser transparente y no dar la cara (Martínez, 2018), de plagiar discursos (Ruiz Massieu, 2018) y copiar spots (Excelsior, 2018d), de no hacerse responsable de sus decisiones por vivir como un magnate (León, 2018b; Méndez, 2018), fue acusado ante la Organización de Estados Americanos (OEA) sobre lavado de dinero (El Financiero, 2018a), de violar el Estado de Derecho (Alemán, 2018b), etc. Ante estos múltiples ataques, Ricardo Anaya se iba quedando sin fuerza al defenderse, alegando que los ataques del PRI pretendían crear una cortina de humo para ocultar los desvíos en la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) y la SEDATU que él imputa a José A. Meade (Méndez, 2018a), sin embargo estas declaraciones también fueron usadas en su contra, y le permitió al PRI reforzar la idea sobre que tan mentiroso es Ricardo Anaya ([Pri.org.mx.](http://Pri.org.mx), 2018a).

Debemos mencionar que la estrategia del candidato para la última etapa consistió en disminuir el grado de ataques en contra de Ricardo Anaya. José A. Meade empezó su campaña retando tanto a Andrés M. López Obrador como a Ricardo Anaya a que debatir su situación patrimonial con la ley 3 de 3(\*), y le advirtió a Ricardo Anaya que podrá “correr más no huir” (Meade, 2018k) y que si no debía nada presentara su declaración 7 de 7 (Meade, 2018l). Los ataques en contra de Ricardo Anaya por lavado de dinero se mantuvieron en la campaña aunque en mucho menor grado, líderes como Javier Lozano, vocero de la campaña de José A. Meade, se dedicaron solamente a atacar sobre este tema, declarando que la PGR debe tomar cartas en el asunto y dejar fuera de la contienda al candidato (Vicenteño, 2018), y por otro lado lo llamaban cínico al pedir el voto útil (El Financiero, 2018b) y no ser honesto para tal petición (Excelsior, 2018e). Pero las respuestas de Ricardo Anaya se quedaban sin argumentos y solo se dedico a esquivar los ataques, esto se puede evidenciar en su declaración sobre que José A. Meade no tenía la autoridad moral de acusarlo (Guzman, 2018a) y que no tenía

ninguna oportunidad de ganar la elecciones presidenciales debido a su estancamiento en las encuestas (El Financiero, 2018c).

En ese sentido podemos percibir que los marcos en contra de Ricardo Anaya como corrupto pretendían al mismo tiempo posicionar la imagen de Jose A. Meade como alguien honesto totalmente incorruptible y como alguien que quería erradicar tal problema, el cual era considerado por el candidato como uno de los problemas más importantes del país. Esta campaña negativa en contra de Ricardo Anaya le permitió enfocarse a José A. Meade contra López Obrador durante el resto de la campaña, pues prácticamente Ricardo Anaya quedo totalmente opacado en la precampaña y la intercampaña. La campaña negativa no permitir en ningún momento obtener un mejor posicionamiento (ver gráfica 5).

La estrategia del PRI enmarca como principal antagonista a Andrés M. López Obrador, se le asociaron diversos problemas: ser populista y autoritario, amnistía a criminales, cancelación de aeropuerto - problemas económicos de inversión extranjera, y la cancelación de la reforma educativa. El objetivo estaba claro, el PRI emprendería una campaña negativa en contra de Andrés M. López Obrador para posicionarlo como un candidato retador sin capacidad ni visión para gobernar el país.

A pesar de que José A. Meade no mostró un discurso negativo en su inicio de precamapaña, el PRI ya había comenzado la campaña negativa en contra de Andrés M. López Obrador. Enrique Ochoa Reza desde octubre ya había declarado que el PRI se estaba preparando para vencer al “populismo del pasado” (Pacheco, 2017) y en noviembre se presento una queja ante el INE por presuntos actos anticipados de campaña (Martínez, 2017), lo que le permitió al PRI mostrar a MORENA y a su candidato como irrespetuosos de las leyes.

Después de que José A. Meade mostrara sus intenciones de ser candidato por el PRI, reconoció que su principal rival sería Andrés M. López Obrador y le atribuyo ser un caudillo, un líder autoritario y populista que busca sus decisiones no sean cuestionadas

(Radio Imagen, 2017) y que ha estado ausente de cualquier dialogo desde hace 20 años (La Jornada, 2017a). Andrés M. López Obrador, en respuesta a estos primeros ataques, declaró, primero, que “lo de Meade ni a destape llega” (López Obrador, 2017), y segundo, puso en evidencia la falta de honestidad, de carisma y de vinculación con el pueblo (Briseño, 2017).

Andrés M. López Obrador aprovechó en el inicio de precampaña el escándalo de Alejandro Gutierrez, ex secretario general adjunto del PRI nacional, por el desvío de 246 millones pesos hacia las campañas del PRI en el 2016 (Gomez Lima, 2017), y, a través de MORENA, levantó una denuncia ante la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE) y el INE por presunto financiamiento ilegal en el 2016 (Herrera Beltran, 2017). Lo anterior le permitió al candidato antagonista mostrar que el PRI siempre ha usado el dinero público para financiar sus campañas, ya que siempre ha sido su estilo (Ballinas y Garduño, 2017). José A. Meade simplemente se deslindó de que su campaña fuera a recibir recursos ilícitos y que reportaría los gastos en tiempo y forma (Gomez Lima, 2017); y que eventualmente fue el único candidato en reportar sus gastos dentro de las fechas propuestas por el INE (Sistema Integral de Fiscalizacion, 2018). Sin embargo el PRI cayo en un efecto de adormecimiento (Moya y Francisco Morales, 1988) al perder credibilidad, ya que en ningún momento existió algún impacto con sus estrategias de campaña

Durante la precampaña y la campaña los ataques realizados tanto por el candidato como por el PRI, se mantuvieron principalmente sobre tres ejes: la cancelación del aeropuerto, la amnistía a criminales, la cancelación de la reforma educativa, los cuales se ligaron con corrupción e inseguridad (Navarro, 2018a; Notimex, 2018), liberación de criminales (Excelsior, 2017e; Garcia y Reséndiz, 2018), mal manejo de la economía (Leon, 2018c; Canchola, 2018), desempleo (Leon, 2018d), homicidios y secuestros (Leon, 2018e), oportunismo (Rosas, 2018a).

Así mismo, el PRI aprovecho dos momentos para seguir con esta linea de ataque. El primero se relaciona con una supuesta injerencia extranjera señalada por el The

Washington Post en las elecciones que se refleja en la propaganda, la subversión y la desinformación, y que señalaba a Andrés M. López Obrador de recibir apoyo de Donald Trump, presidente de Estados Unidos de América, y Vladimir Putin, presidente de Rusia (Ghitis, 2018). Entonces Enrique Ochoa Reza (Alemán, 2018; Milenio, 2018a) como Aurelio Nuño (Gonzalez Alvarado, 2018) hicieron un llamado a las autoridades federales para sancionar a MORENA por la intervención de Rusia y Venezuela en el proceso electoral (Alemán, 2018; Milenio, 2018a). Y el segundo momento se relaciona con aceptación de las candidaturas plurinominales al senado por MORENA de Napoleon Gomez Urrutia y Néstora Salgado, ex comandante de la policía de Olinalá, Guerrero. El primero esta relacionado con el robo de 55 millones de dólares a trabajadores mineros y ser de doble nacionalidad (Gil Olmos, 2018) y la segunda, se le acusa de secuestradora y de violar los derechos de menores de edad (Méndez, 2018b). José A. Meade criticó fuertemente estos hechos, se mofo de la comparación que hizo Alfonso Romo, uno de los principales colaboradores de Andrés M. López Obrador, de Napoleon Gomez Urrutia con Nelson Mandela (Meade, 2018m); demando a Nestora Salgado (Lastiri, 2018); y reprocho a Andrés M. López Obrador que la admisión de tales candidaturas "quedaran en su conciencia" (Meade, 2018n). Esto le permitió al partido y al candidato relacionarlo fuertemente con la amnistía a los criminales y fortalecer este marco para quitarle posicionamiento en las encuestas.

Andrés M. López Obrador esquivó los ataques del PRI de manera contundente, conocía muy bien su posición como candidato puntero, mostrando una increíble confianza ante todos los ataques del partido, consideró que el PRI presentó a su candidato como lo hacen los productos chatarra: mucha propaganda (Belmont, 2018) (anexar gasto de campaña); así mismo, el contexto que rodeo al PRI, manteniéndose en tercer lugar en las preferencias, haciendo cambios en el gabinete del gobierno en turno (Belmont, 2018a) y del presidente nacional Enrique Ocho Reza (Alemán, 2018d), permitió a Andrés M. López Obrador considerar a José A. Meade como un competidor muy lejano y sin oportunidad (Belmont, 2018b; La Jornada, 2018); evidenciar que los cambios en el partido son actos de desesperación por la imagen negativa de José A.

Meade (García Baladrán y G. Partida, 2018); y declarar que existe una posible alianza con el PAN si el PRI no mejora su posicionamiento (La Jornada, 2018a).

Ahora bien, respecto a los discursos, podemos identificar nuevamente que el argumento metafórico del PRI en esta campaña se basó en sentimientos negativos de incertidumbre, inseguridad e inestabilidad social. Se buscaba proyectar un panorama con un futuro incierto para el país. Andrés Manuel López Obrador es enmarcado directa e indirectamente en sus discursos, y principalmente es enmarcado como alguien desequilibrado, un candidato autoritario con propuestas no muy claras. En este enmarcado el partido si asume una posición relevante, ya que el PRI se ha aprovechado de diversas declaraciones de Obrador, como la reforma educativa, la amnistía y el aeropuerto, para atacar su imagen y mejorar las preferencias en las encuestas.

El PRI criticó el rasgo de autoritarismo alusivo a Andrés Manuel López Obrador. El primero en atacar al candidato opositor fue el Presidente Enrique Peña Nieto, quien en una entrevista con el periodista Ciro Gómez Leyva de la televisora Grupo Imagen señaló que temía por el futuro de México al comparar las posturas obradoristas con la del régimen venezolano aludiendo al chavismo:

“Han dicho que es muy parecido, que su fórmula es muy parecida y que les preocupa que, el día de mañana, ese discurso (de López Obrador) prospere; que el día de mañana, México, en vez de avanzar, como ha ocurrido en los últimos 25 años, se parezca a lo que hoy es Venezuela”. (Gómez, 2018)

De la misma manera Enrique Ochoa Reza hizo énfasis en la intervención extranjera y afirmó: “López está recibiendo apoyos de Venezuela y los rusos” (Milenio, 2018a), declaración derivada de que en Venezuela se encontrara propaganda de Andrés Manuel López Obrador y señalaba una posible intromisión rusa similar a la de Estados Unidos en las elecciones del 2016 (Ghitis, 2018). Lo que demuestra la forma en que comenzó a atacar a Andrés Manuel López Obrador a pesar de que no existían pruebas de ello.

Andrés Manuel Lopez Obrador es enmarcado como alguien que no le interesa realmente la educación, y que hace de ello un negocio. Aurelio Nuño Mayer, Coordinador de la campaña de José A. Meade y Secretario de Educación (2015-2017), consideró que las propuestas del precandidato de la coalición Juntos Haremos Historia, eran dramáticas: “Yo ya lo veo desequilibrado, con eso de que va a liberar y a platicar con delincuentes, y cancelar el tema de la reforma educativa (...) Obsesionado con alcanzar el poder a toda costa, Obrador prefiere cancelar el futuro de las niñas, los niños y los jóvenes de México, al establecer una alianza con Elba Esther Gordillo”. José A. Meade en un discurso sostuvo que:

“La educación no puede ser un botín político. López Obrador quiere sacrificar la educación de nuestros hijos a cambio de votos, ¡no lo vamos a dejar! (...) queremos externarle a Andrés Manuel un buen deseo. Queremos externarle a Andrés Manuel que no pierda su buen sentido del humor, porque, Andrés Manuel, ¡vas a volver a perder!” (Meade, 2018p)

El hecho de enmarcar a Andrés Manuel Lopez Obrador como alguien en favor de los delincuentes orilló al partido y al candidato a formular un constante ataque sobre la propuesta de amnistía de Andrés Manuel Lopez Obrador. Meade reprobó cualquier intento de diálogo del gobierno con delincuentes y cuestionó la propuesta que hizo Obrador: “se combate a la delincuencia con mejor coordinación, mejor investigación y con una convicción profunda: las calles son para los ciudadanos y las cárceles para los criminales” (Mejía, 2018).

En una entrevista José A. Meade regresaba al tema de la amnistía, mencionando que no eran sorprendentes las declaraciones del líder del Partido MORENA acerca de temas como el narcotráfico porque pretendía darles amnistía, afirmando: “y, en el caso de quien propone una amnistía a los narcotraficantes y quien propone que salgan de las cárceles para regresar a las calles, pues no sorprenda que ese no sea un tema que le preocupe”.

Para fortalecer la postura del candidato del PRI, Enrique Peña Nieto mencionó en una reunión ante las fuerzas armadas que “no puede haber perdón ni olvido para los delincuentes, no puede haber borrón y cuenta nueva. Dejar hacer y dejar pasar a los

criminales significaría fallarle a la sociedad y traicionar a México” (Gomez Leyva, 2018) Es evidente que con la declaración de amnistía se estaba ligando a Andrés Manuel Lopez Obrador con la corrupción, el narcotráfico y la violencia: “Corrupción es Andrés Manuel López Obrador que viene aquí a defender a los narcos y a defender a los corruptos. Éste es un López que le tomó 14 años terminar la carrera, éste es un López que lleva 12 años sin trabajar y decía yo: Es un “nini”, ni estudia, ni trabaja. Pero me equivoqué, porque es peor que un “nini”, no solamente no estudia y no trabaja, sino que además destruye, confronta y divide.”

De esta manera José A. Meade compara numerosas veces su trayectoria con la de Andrés Manuel Lopez Obrador, de tal manera que es enmarcado como alguien ignorante, con malos resultados, es decir como un candidato incompetente. Lo corroboramos con lo siguientes fragmentos de dos discurso de José A. Meade:

Una alternativa que tiene, me platicaron que Andrés Manuel dijo que no se iba a financiar ni con más deuda, que no se iba a financiar con más impuestos, entonces, ahí nosotros pusimos cuál sería la evolución de la deuda con su programa, comparado con el nuestro. Si no se financia con deuda, eso podría entenderse como los compromisos de campaña que no tienen fuente de financiamiento.

Y la diferencia es abismal. La diferencia entre la trayectoria de uno y otro, implica la diferencia entre un país que preserva confianza y rumbo, y un país que lo pone en juego. (Meade, 2018q)

(...)en el 2005, en el 27 por ciento de los domicilios de la Ciudad de México había una víctima del delito, el número equivalente para el país, era el 13; el 86 por ciento de la Ciudad de México se sentía insegura. Eso quiere decir que, en materia de seguridad, vale la pena preguntarse quién gobernaba la Ciudad de México del 2000 al 2005, por cierto ya saben quién. (Meade, 2018r)

Así mismo, como estrategia, José A. Meade retaba a los dos candidatos, Andrés Manuel Lopez Obrador y Ricardo Anaya, a declarar su situación patrimonial, de tal manera que propuso una nueva declaración 7de7, que permitía transparentar los bienes de cualquier candidato. Esta estrategia permitía evidenciar que los que no entraran a la declaración fueran vistos como corruptos que no merecían gobernar.

Por último, la manera en que fué enmarcado Ricardo Anaya aludía principalmente a la imagen de una persona traicionera, mentirosa y ligada con el lavado de dinero. El PRI ha dejado en segundo termino a Ricardo Anaya pues no lo toman como un candidato serio. El atributo de traidor fué remarcado varias veces en el discurso de José A. Meade, ya que sostiene que Ricardo Anaya tenía dividido a su partido, y sumado a eso traiciono sus ideales solo por su hambre de poder; incluso ex militantes del PAN como Javier Lozano que se integraría al equipo de campaña de José A. Meade, admitió esta cualidad de Ricardo Anaya: “Hoy, nos está demostrando que no tiene palabra, que traicionó igual a Gustavo Madero, a Rafael Moreno Valle, a todos los que le ayudamos a llegar”.

### **3.1.3 El marco de diagnóstico y de pronóstico**

En este apartado se analizan en conjunto los marcos del diagnóstico y pronóstico, el segundo es la respuesta al primero, el cual representa los problemas actuales en que se encuentra el país.

Tanto en la precampaña como en la campaña de José A. Meade los marcos que más persisten son los de diagnóstico y pronóstico, dándose a la tarea de definir y desarrollar sus propuestas, y dejando de un lado los ataques constantes y directos a sus antagonistas a pesar de ser un candidato rezagado. En su discurso podemos identificar los principales problemas que tiene el país: feminicidios, discriminación; falta de escuelas de nivel básico y bajos salarios de maestros; pocas oportunidades para acceder a educación superior, falta de oportunidades laborales; servicio de salud con pocos recursos, hospitales precarios y falta de medicinas; pobreza extrema; violencia, robos, inseguridad; corrupción en instituciones, Estado de Derecho débil.

La brecha de genero

Un problema que persiste en el país es la brecha de genero, donde no hay igualdad de genero, pero principalmente a nivel laboral, pues existe una mala calidad de vida para la mujer derivado de la violencia y la discriminación que existe en México. “El país no puede salir adelante sin la equidad de género. El país no puede salir adelante si las mujeres no están representadas en todo, el país no puede salir adelante si las mujeres

no encuentran ese espacio de paridad.”<sup>13</sup> Para Meade este es un problema que no se pudo corregir en la gestión de Peña Nieto y que representa una limitante para el desarrollo de la vida productiva del país.

El pronóstico sobre esta situación tiene como objetivo terminar la brecha de género a través de cinco ejes rectores: créditos a la palabra, con el objetivo de generar un mejor entorno para las emprendedoras; otorgamiento de becas para que las mujeres y sus hijos puedan continuar con sus estudios; guarderías, preescolar y primaria de horario ampliado, con alimentos, para hacer compatible su desarrollo profesional con el cuidado de la familia; salarios dignos y sin diferencias de género; y dignificar el trabajo doméstico otorgándole seguridad social. (Meade, 2018)

### Corrupción

Para Meade en estas elecciones está en juego la dignificación de las instituciones y el servicio público, en ese sentido, se diagnostica el problema de la corrupción que proviene de servidores públicos que se benefician a ellos mismos. Meade lamenta el ejemplo de Duarte: : “nos duele, nos duele profundamente que Javier Duarte nos haya traicionado con la corrupción. Nos duele que Javier Duarte haya lastimado nuestro prestigio, nos duele porque no nos define y no nos describe.” (PRI, 2018) “La corrupción es el que pide un moche, corrupción es el que da una licencia de construcción, que se traduce en que una escuela que no tiene buenos cimientos y que se cae en un temblor corrupción es el que engaña en su declaración patrimonial, corrupción es el que vive en efectivo solamente para evitar el pago de impuestos y ocultar el valor de sus ingresos y a todas esas manifestaciones de corrupción tenemos que sacarlas de la política” (Meade, 2018) Entonces el problema es la corrupción de servidores públicos lo que nos indica que no ha funcionado el Sistema Nacional Anticorrupción.

Meade pronostica una serie de objetivos que permitan ir disminuyendo la corrupción que reina en todo el país: confiscación de dinero, propiedades y bienes de funcionarios

---

<sup>13</sup> <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=27009>

corruptos, no solamente los que estén a su nombre sino aquellos en donde se ostenten como propietarios, aunque los tengan registrados a nombre de terceros; cárcel con pena máxima ampliada para los corruptos; y la creación de una instancia que certifique las declaraciones patrimoniales y de impuestos de funcionarios, a fin de que haya consistencia y evolución lógica entre los cargos desempeñados, ingresos obtenidos, bienes y recursos con los que se cuente. (Meade, 2018) Así mismo cabe señalar que Meade ha pedido a sus contrincantes darse un tiempo para sacar los nombramientos faltantes del Sistema Nacional Anticorrupción (Saldaña, 2018), sin embargo, no se ha dado una respuesta al respecto por parte de Obrador y de Anaya.

### Seguridad publica

Meade reconoció que en el actual sexenio no se ha atendido de forma adecuada la inseguridad y la corrupción en el país: “no nos hemos hecho cargo adecuadamente del tema de seguridad o del tema de corrupción, tenemos que seguir haciendo mucho en materia de economía familiar y es una oportunidad de que el ciudadano nos escuche. (Aleman, 2018) Pero también reconoce que es un problema que persiste y viene desde el sexenio de Fox, entre 2000 y 2005, creció la participación de la CDMX en los homicidios del país, así como los secuestros, extorsiones y robo de autos. Los secuestros incrementaron 80.6 por ciento de diciembre de 2000 a julio de 2005; por su parte, el robo de vehículos con violencia creció 53.2 por ciento en el mismo periodo (Excelsior, 2018)

Cabe señalar que Meade diagnostica de manera positiva la reciente Ley de Seguridad interior (anexar ley) ya que le da certeza al país, “es una ley que permite que la participación de las Fuerzas Armadas esté regulada y normada, porque queremos preservar la seguridad interior.” (Meade, citado en Excelsior, 2018) Entonces las elecciones representan una oportunidad para combatir la seguridad: “Esta ventana de México al mundo reclama, en primer lugar, seguridad. Vamos a ganar y vamos a ganar porque haremos, en materia de seguridad, las mejores propuestas.”(Meade, 2018)

A manera de darle solución a la inseguridad Meade ha sostenido en sus discursos y atacando indirectamente a Obrador:

“Tiene que quedar claro, la seguridad no se combate con diálogo, la seguridad se combate pegándole a los criminales donde más les duele: en las armas y en el dinero. La inseguridad se combate con mejor coordinación, los delincuentes no reconocen los límites entre estado, la ley tampoco debe de reconocerlos. Se combate a la delincuencia con mejor coordinación, con mejor investigación y se combate a la delincuencia con una convicción profunda: las calles son para los ciudadanos y las cárceles para los criminales.”<sup>14</sup>

Para superar este problema de inseguridad y violencia el objetivo del pronóstico es: quitar el dinero y armas a los corruptos y las armas al crimen organizado; castigos iguales para quienes cometan el mismo crimen en cualquier lugar del país; formar una gran policía con oficiales entrenados, protegidos y muy bien pagados; crear sistema integral de identificación y registro para que criminales no tengan donde esconderse; y atender las causas sociales de la delincuencia común.<sup>15</sup>

## Pobreza

Hablar de pobreza es complejo, y nos remonta a considerar la alimentación, la salud y la vivienda y la vez tiene una amplia relación con la economía; a pesar de que no hay una concepción general, es un elemento presente en el discurso de Meade. Antes de diagnosticar los aspectos negativos sobre la pobreza, Meade resalta los positivos: Hemos hecho muchos esfuerzos, algunos vigentes en el IMSS, como el Programa del IMSS Prospera, pero el que más alcance tiene es el Seguro Popular. Criticarlo desde las campañas es fácil, criticarlo desde las campañas no exige mucha información. El que no conoce el Seguro Popular dice que ni es seguro ni es popular. La verdad es que echar discursos sobre la salud es fácil, lo que es difícil es llevar la salud a 53 millones de mexicanos, 53 millones de mexicanos que hoy tienen acceso a atención, a médico, a medicina y a clínica.”<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=26829>

<sup>15</sup> <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=26944>

<sup>16</sup> <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=26818>

Meade identifica la pobreza extrema como un tema serio que no ha sido tratado adecuadamente pues se requieren propuestas serias como el seguro popular que el mismo busca fortalecerlo una vez en la presidencia. Pero las soluciones más pertinentes se refieren a la creación de empleos, el primer objetivo esta relacionado con seguir la construcción del Nuevo Aeropuerto Internacional de México (NAICM), ya que su cancelación implica quitarle la oportunidad de un empleo de alta calidad y bien remunerado a 450 mil personas; implica cancelar el presente de 40 mil trabajadores que hoy encuentran en la construcción del Aeropuerto, la forma como llevan comida a su casa y satisfacción a su hogar, y pone en riesgo la credibilidad de los contratos que se han venido generando e impactarla el desarrollo económico del país.<sup>17</sup> El Segundo objetivo aunque todavía no muy claro se refiere a garantizar que niños entre tres y quince años este en la escuela; y garantizar que los adultos culminen sus estudios postergados por la falta de dinero, por lo que promete que los niños que nazcan en su sexenio no nacerán en pobreza extrema.<sup>18</sup>

### Políticas económicas

El diagnostico respecto a la economía mexicana esta íntimamente relacionado con la pobreza derivada de la falta de confianza de los inversionistas. Meade sostiene que “México no puede experimentar en términos de la economía, no puede experimentar en términos de cómo se manejan sus finanzas públicas, México necesita hoy más que nunca propuestas que generen confianza, propuestas que generen unidad, propuestas que generen reconciliación, propuestas que hagan de México una potencia” Entonces los problemas que identifica Meade están ligados a las economías locales.

Las propuestas que están dirigidas al desarrollo económico y generación de empleos son: generar las condiciones necesarias para cuidar las actividades productivas del país y que las inversiones sigan presentes en la entidades; continuar con el desarrollo y fortalecer las Zonas Económicas Especiales (ZEE); incrementar sueldos y prestaciones a maestros; fortalecer la economía familiar por medio de: preservar la salud de las

---

<sup>17</sup> <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=27390>

<sup>18</sup> <http://www.jornada.unam.mx/2018/01/16/politica/010n1pol>

finanzas públicas, crear una base logística fuerte (carreteras, puertos, aeropuertos, ductos, líneas de transmisión eléctrica de desarrollo de mercados energéticos) para no depender de tratados comerciales, mejorar el entorno de negocios y reducir trámites, apoyar a los emprendedores, y cerrar la brecha de desigualdad;<sup>19</sup> por último, se busca incentivar el campo a través de: seguridad para las familias que viven del campo mexicano; certeza alimentaria; poner al productor al centro de las políticas públicas; instrumentos financieros, infraestructura y tecnología para la agricultura, ganadería y pesca; Seguridad social para trabajadores del campo; y una ventanilla única de crédito para el campo.<sup>20</sup>

## **4 La imagen de los spots en José Meade**

### **4.1 Spots de presentación**

En este último apartado se analiza el contenido de los distintos spots que se transmitieron durante la campaña y que enmarcaremos de la siguiente manera: spots de presentación, spots de propuesta, spots de ataque y spots de cierre de campaña. Elegiremos los spots más significativos para cada marco y se analizará a través de la metodología propuesta: framing visual, framing verbal y framing sonoro.

### **4.1 Spots de presentación**

Cabe señalar que también en los spots la imagen del partido es minimizada al final de cada transmisión. El spot “estudiantes” apareció a principio de la campaña, en el se muestra a Meade como un candidato sencillo y cercano a los jóvenes, ya que las preferencias entre este sector es muy baja. En la primera escena aparece Meade saludando a cuatro jóvenes estudiantes, dos hombres y dos mujeres, en el pasillo de una escuela. Meade viste pantalón azul marino de mezclilla con chaleco azul oscuro, que oculta el sobrepeso, y camisa blanca, proyectando confianza, tranquilidad y

---

<sup>19</sup> <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=27965>

<sup>20</sup> <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=27928>

sinceridad. En el siguiente momento, Meade muestra un interés político al preguntar a los jóvenes si ya saben por quien van a votar y estos se muestran indecisos y juzgan que todos los políticos son corruptos. Entonces Meade intenta limpiar ese prejuicio general defendiéndose de que no todos los políticos pueden ser así, y que el mismo es un ejemplo de ello por su buena trayectoria y experiencia durante las últimas dos décadas. Por último, Meade proyecta cómicamente la bromas que se han hecho a los políticos; como hablar ingles que hace alusión a Ricardo Anaya, leer muchos libros haciendo alusión a Peña Nieto, y de el mismo sobre el vitíligo como su única mancha.

| Spot de presentación (Estudiantes)  |         |   |   |   |
|---|---------|---|---|---|
| Framing visual  |         | Framing sonoro  |   |   |
| Escenarios  | Actores | Framing verbal  |   | Música Sonido                                 |
|   |         | Texto Escrito   | Texto Oral  |   |
|    |         | <p>¿Cómo estan? Buenas tardes. ¡Hola! ¿Les puedo hacer una pregunta?</p> <p>¡Claro que sí!</p> <p>¿Quién de ustedes va a votar por primera vez?</p> <p>Yo.</p>  | <p>¿Cómo estan? Buenas tardes. ¡Hola! ¿Les puedo hacer una pregunta?</p> <p>¡Claro que sí!</p> <p>¿Quién de ustedes va a votar por primera vez?</p> <p>Yo.</p>  | <p>Piano, con un tono tranquilo o y bajo.</p> |
|    |         | <p>¿Y ya sabes por quien vas a votar?</p> <p>Pero todos son una bola de corruptos.</p> <p>No todos somos iguales. Se puede hacer política sin lavar dinero, sin tener un solo peso al margen de la ley, yo lo he hecho los últimos 20 años.</p> | <p>¿Y ya sabes por quien vas a votar?</p> <p>Pero todos son una bola de corruptos.</p> <p>No todos somos iguales. Se puede hacer política sin lavar dinero, sin tener un solo peso al margen de la ley, yo lo he hecho los últimos 20 años.</p> |   |
|  |         | <p>Pero a ver, espera, ¿hablas inglés?</p> <p>Hablo inglés bastante bien ¡he!</p> <p>¿Cuántos libros has leído?</p> <p>Me encanta la lectura, muchos. Y sin ninguna mancha.</p>   | <p>Pero a ver, espera, ¿hablas inglés?</p> <p>Hablo inglés bastante bien ¡he!</p> <p>¿Cuántos libros has leído?</p> <p>Me encanta la lectura, muchos. Y sin ninguna mancha.</p>   |   |
|  |         | <p>Sin ninguna mancha más que el vitiligo.</p> <p>¿Y los demás candidatos?</p> <p>Hay que revisar, hay que comparar. No nos vayamos a equivocar en esta elección.</p>   | <p>Sin ninguna mancha más que el vitiligo.</p> <p>¿Y los demás candidatos?</p> <p>Hay que revisar, hay que comparar. No nos vayamos a equivocar en esta elección.</p>   |   |

Fuente: Cuadro tomado de la metodología propuesta por Aquiles Chihu.

En el spot experiencia se remarcan cuales son las cualidades que debería de tener un candidato. Se muestran en dos escenas diferentes a un ciudadano tratando de responder a la pregunta: ¿Qué debe tener un buen presidente?. En la primer escena, aparece un ciudadano vestido de camisa blanca y con anteojos proyectando simplicidad, detrás de el se percibe un Palacio Federal, en cantera de color beige transmitiendo autenticidad, y con diversa gente en los alrededores transitando el lugar. La respuesta que da el ciudadano gira en torno a los años de experiencia. Hay una transición entre las escenas de los ciudadanos donde aparece Meade reforzando la respuesta del ciudadano, afirmando que mínimo necesita los veinte años de experiencia que tiene el en el servicio público. En la segunda escena aparece otro ciudadano vestido de camisa blanca y chaleco negro en medio de lo que parece ser una plaza pública pues el fondo se muestra desenfocado y con poca luz por el atardecer. De igual manera, la respuesta que da el ciudadano se refiere a la experiencia de manera metafórica. En la siguiente escena aparece Meade nuevamente con el mismo fondo negro con un degradado de gris en el centro, y él, vestido con un saco negro y camisa blanca, de tal manera que se proyecta un ambiente de sobriedad reflejando un cierto respeto de autoridad pero al mismo tiempo, se percibe una persona veraz e inocente.

| Spot de presentación (Experiencia)   |   |  |                                     |               |
|--|---|--|-------------------------------------|---------------|
| Framing visual   |   | Framing sonoro   |                                     |               |
| Escenarios   | Actores   | Framing verbal   |                                     | Música Sonido |
|  |   | Texto Escrito  | Texto Oral                          |               |
|  | <p>¿Qué debe tener un buen presidente?</p> <p>Pues que tenga de pérdida unos diez años de experiencia.</p> <p>Por lo menos veinte que es exacta la que yo tengo.</p> <p>Si alguien va a pedir un trabajo ¿A quien cree usted que va a contratar? ¿A una persona que tiene experiencia o a alguien que no tiene?</p> <p>Te puedo hablar de mi experiencia en el campo, Relaciones Exteriores, Desarrollo Social, Hacienda y Energía. Pero la experiencia sirve para una sola cosa: Resolver tus problemas, desde el primer día, u no estar improvisando. Avanzar contigo. Unidos. José Antonio Meade. Avanzar contigo.</p> | <p>¿Qué debe tener un buen presidente?</p> <p>Pues que tenga de pérdida unos diez años de experiencia.</p> <p>Por lo menos veinte que es exacta la que yo tengo.</p> <p>Si alguien va a pedir un trabajo ¿A quien cree usted que va a contratar? ¿A una persona que tiene experiencia o a alguien que no tiene?</p> <p>Te puedo hablar de mi experiencia en el campo, Relaciones Exteriores, Desarrollo Social, Relaciones Exteriores, Desarrollo Social, Hacienda y Energía. Pero la experiencia sirve para una sola cosa: Resolver tus problemas, desde el primer día, y no estar improvisando.</p> <p>Avanzar contigo. Unidos. José Antonio Meade. Avanzar contigo.</p> | <p>Batería y aplausos pausados.</p> |               |
| Fuente: Cuadro tomado de la metodología propuesta por Aquiles Chihu.               |   |  |                                     |               |

### 4.3 Spots de propuesta de gobierno

Spot “avanzar contigo”

*Framing Visual (actantes).* En la primera y última escena aparece Meade vestido de chamarra con un encuadre de medio de cuerpo. En otra escena aparece un ciudadano encuadrado como un estudiante que viste de pantalón y chamarra de mezclilla y playera, que va caminando por las banquetas mientras se da cuenta que no le alcanza para subirse al camión que va pasando a su lado. Después, aparece una costurera en su centro de trabajo, frente a su maquina de cocer y a un costado la tela pendiente por terminar mientras ella aparece cociendo o trabajando. Ella viste una blusa con un mandil, con una cinta métrica alrededor de su cuello. Los últimos actores que aparecen

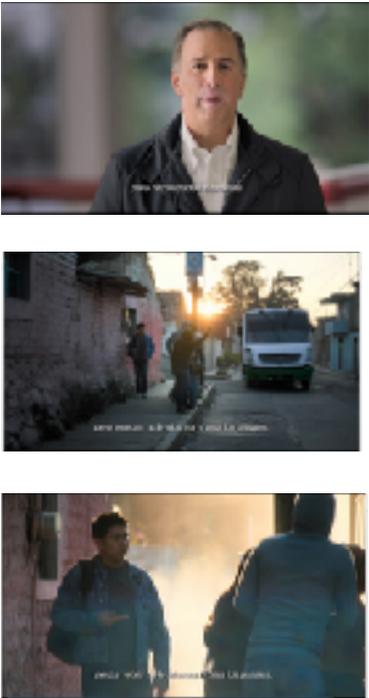
en el spot son una familia con un hijo, aparece el padre llegando a su casa, después de un día de trabajo, que entra por la cocina y camina dirigiéndose hacia su cuarto; en el se encuentra su esposa sentada en una cama matrimonial y su hija a un lado dormida en una cama individual y tapada de cobijas, el padre solo saluda a su esposa de beso en la mejilla para después sentarse en la cama de su hija. El padre viste de chamarra y camisa, y la madre viste una bata para dormir.

*Framing visual (color).* El candidato José Meade viste una chamara negra y una camisa blanca que proyectan bondad y sobriedad, mientras en el fondo se percibe apenas un color verde por el tipo de enfoque selectivo que se aplicó, dándole un toque de frescura y cercanía. En la escena del estudiante, predominan colores claros combinados con el color del ambiente natural del amanecer, él vistiendo de pantalón color azul marino, chamarra azul y playera gris. La escena de la costurera esta rodeada de colores igualmente claros con tonos de color café, beige y blanco; ella viste blusa de color rosa y pantalón negro mientras lleva un mandil de color azul marino, resultando en un toque de profundidad en lo femenino. Por último, en la escena de la familia, se percibe una combinación de colores oscuros de tonalidades tenues que reflejan la comodidad de un hogar al final del día; el padre viste una chamarra beige con camisa de color claro, y la madre viste una bata de color rosa.

*Framing Verbal.* Voz de Meade: Todos tenemos las mismas ganas, pero necesidades diferentes. Paco, tiene todas las ganas de estudiar, pero a veces no le alcanza ni para los pasajes, necesita una beca. Paty, le echa todas las ganas como costurera, pero necesita un crédito para poner su propio taller. Gabriel y Tere, tiene todas las ganas de comprar una casa, pero necesitan un crédito hipotecario. Con el programa Avanzar

Contigo, tu pones las ganas y nosotros el apoyo. Soy José Antonio Meade y voy avanzar contigo.

*Framing Sonoro:* Piano y violines acompañan el desarrollo del spot.

| <i>Spot de propuesta de gobierno (avanzar contigo)</i>                             |         |   |   |   |
|--|---------|---|---|---|
| <i>Framing visual</i>  |         | <i>Framing sonoro</i>   |   |   |
| Escenarios   | Actores | <i>Framing verbal</i>   |   | Música Sonido                           |
|  |         | Texto Escrito   | Texto Oral  |   |
|  |         | <p>Todos tenemos las mismas ganas, pero necesidades diferentes.</p> <p>Paco, tiene todas las ganas de estudiar, pero a veces no le alcanza ni para los pasajes, necesita una beca.</p> <p>Paty, le echa todas las ganas como costurera, pero necesita un crédito para poner su propio taller.</p> <p>Gabriel y Tere, tiene todas las ganas de comprar una casa, pero necesitan un crédito hipotecario.</p> <p>Con el programa Avanzar Contigo, tu pones las ganas y nosotros el apoyo.</p> <p>Soy José Antonio Meade y voy avanzar contigo.</p> <p>Programa avanzar contigo.</p> <p>Candidato coalición Todos Por México PRI. PVEM.Nueva Alianza.</p> <p>José Antonio Meade candidato a presidente.</p> | <p>Todos tenemos las mismas ganas, pero necesidades diferentes.</p> <p>Paco, tiene todas las ganas de estudiar, pero a veces no le alcanza ni para los pasajes, necesita una beca.</p> <p>Paty, le echa todas las ganas como costurera, pero necesita un crédito para poner su propio taller.</p> <p>Gabriel y Tere, tiene todas las ganas de comprar una casa, pero necesitan un crédito hipotecario.</p> <p>Con el programa Avanzar Contigo, tu pones las ganas y nosotros el apoyo.</p> <p>Soy José Antonio Meade y voy avanzar contigo.</p> | <p>Piano y violines . Instrumental.</p> |
| <p>Fuente: Cuadro tomado de la metodología propuesta por Aquiles Chihu.</p>        |         |   |   |   |

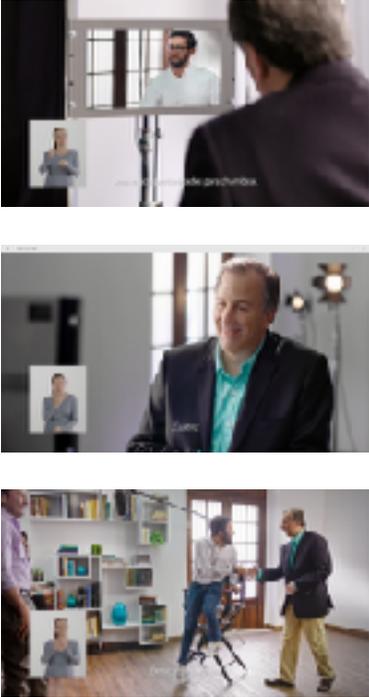
### Spot “jóvenes”

*Framing Visual (actantes).* En este spot aparecen dos políticos, sentados en unos bancos altos, entrevistando a tres ciudadanos, uno por cada escena y en el fondo se percibe un librero con adornos y libros y dos ventanas, una por cada costado del librero. En la primera escena aparecen los políticos un hombre y una mujer, ella vestida de zapatillas, pantalón y blusa, él, vestido de zapatos, pantalón y camisa; ellos permanecen sentados enfrente de una mujer estudiante que viste de zapatos, pantalón y blusa de manga larga. El otro estudiante que aparece viste camisa y anteojos, sentando de la misma manera. El último estudiante que aparece solo viste de camisa con cuello tipo mao. En las últimas escenas aparece el candidato Meade sentado detrás del escenario de entrevista, y vestido de pantalón beige, saco negro y camisa, mientras escucha la problemática de los estudiantes a través de una pantalla que tiene enfrente de el.

*Framing Visual (colores).* Los entrevistadores visten de pantalones oscuros, el hombre usa camisa color violeta, y la mujer viste blusa de color beige. La primer estudiante viste pantalón negro con blusa gris; el segundo y el tercero solo se distinguen por su camisa de color blanco. El candidato viste zapatos color café con pantalón beige, saco negro y camisa de color entre aguamarina y azul turquesa, que representa los colores del Partido Nueva Alianza. En el fondo de este escenario el ambiente se pinta de colores claros con tonalidades de blancos y cafés.

*Framing Verbal.* Voz entrevistadores: Ahora que ya estas lista para una vida profesional, ¿Qué es lo que mas quieres? Estudiante 1: Un buen trabajo en lo que yo estudie y me gusta. Estudiante 2: Yo no quiero que me regalen nada pero exijo oportunidades para chambear. Estudiante 3: Para comprar mi propio techo y ya no tener que vivir con mis cuatro “roomies”, ¡cuatro! Entrevistadores: Tienes que saber, que nuestro candidato por Nueva Alianza te ha escuchado todo este tiempo y quiere saludarte. Candidato: Omar, ¿Cómo estas? Que tal mucho gusto. Me da mucho gusto saludarte. Y ademas la oportunidad de comprometerme a trabajar por lo que a ti te importa. Muchísimas gracias. (risas) Narrador: Con Nueva Alianza es de ciudadano a ciudadano. .

*Framing Sonoro:* El spot es acompañada de música con notas de piano suaves.

| Spot de propuesta de gobierno (Jóvenes)  |         |  |   |   |
|--|---------|--|---|---|
| Framing visual   |         | Framing sonoro   |   |   |
| Escenarios   | Actores | Framing verbal   |   | Música Sonido                                       |
|  |         | Texto Escrito  | Texto Oral  |   |
|  |         | <p>Ahora que ya estas lista para una vida profesional, ¿Qué es lo que mas quieres?<br/>                     Un buen trabajo en lo que yo estudie y me gusta.<br/>                     Yo no quiero que me regalen nada pero exijo oportunidades para chambear.<br/>                     Para comprar mi propio techo y ya no tener que vivir con mis cuatro "roomies", ¡cuatro!<br/>                     Tienes que saber, que nuestro candidato por Nueva Alianza te ha escuchado todo este tiempo y quiere saludarte.<br/>                     Omar, ¿Cómo estas? Que tal mucho gusto.<br/>                     Me da mucho gusto saludarte. Y ademas la oportunidad de comprometerme a trabajar por lo que a ti te importa. Muchisimas gracias. (risas)<br/>                     Con Nueva Alianza es de ciudadano a ciudadano<br/>                     Nueva Alianza + Meade candidato a presidente.<br/>                     #DeCiudadanxACiudadanx<br/>                     Todos por México.<br/>                     Con Nueva Alianza, es de ciudadano.</p> | <p>Ahora que ya estas lista para una vida profesional, ¿Qué es lo que mas quieres?<br/>                     Un buen trabajo en lo que yo estudie y me gusta.<br/>                     Yo no quiero que me regalen nada pero exijo oportunidades para chambear.<br/>                     Para comprar mi propio techo y ya no tener que vivir con mis cuatro "roomies", ¡cuatro!<br/>                     Tienes que saber, que nuestro candidato por Nueva Alianza te ha escuchado todo este tiempo y quiere saludarte.<br/>                     Omar, ¿Cómo estas? Que tal mucho gusto.<br/>                     Me da mucho gusto saludarte. Y ademas la oportunidad de comprometerme a trabajar por lo que a ti te importa. Muchisimas gracias. (risas) Con Nueva Alianza es de ciudadano a ciudadano.</p> | <p>Musica con notas musicales de piano suaves .</p> |
| Fuente: Cuadro tomado de la metodología propuesta por Aquiles Chihu.               |         |  |   |   |

### 4.3 Spots de ataque

Spot “queremos un cambio”

*Framing Visual (actantes).* En este Spot aparece una mujer dentro de la cocina de su casa, vestida de chamarra de mezclilla y camisa de cuadros. En la siguiente escena aparece ella leyendo un periódico mostrando una mala noticia que indica que el dólar sigue al alza en el año 2019 a manera de visión. En la siguiente secuencia de escenas se mantiene la proyección al futuro y se escucha al narrador que transmite una serie de malas noticias acompañado de imágenes negativas que muestran un caos social: manifestaciones, huelgas magisteriales, liquidaciones masivas, rapiña, inflación monetaria, desabasto de alimentos. Por último, la mujer regresa de su visión y se da cuenta lo que puede cambiar en el país de manera negativa y sosteniendo con la mano derecha su credencial para votar recapacita su decisión para votar haciendo gestos de reflexión.

*Framing Visual (colores).* En este spot predominan colores claros de diversas tonalidades como el blanco, crema, rosa, azul, café y beige, combinado con los colores naturales del día. Ella aparece vestida de chamarra azul claro y una camisa de cuadros color rosa con vivos blancos.

*Framing Verbal.* Voz de ciudadana: Yo creo que MORENA, total... hace falta un cambio. Voz narrador: El peso se desploma, siguen las manifestaciones, no hay clases. Lo lamento Jiménez, esta es tu liquidación. Se pierden trecientos mil empleos, inflación 35%. Es que ya no alcanza para más señora. Desabasto en supermercados. Voz de ciudadana: No, cualquier candidato es un cambio. Lo que hay que pensar es quien cambia para bien y quien cambia para mal. Pensándolo mejor me voy con Meade

*Framing Sonoro.* Música de suspenso compuesta por el piano y con un final con notas mas suaves de tranquilidad.

| Spot de ataque (Queremos un cambio)  |         |  |  |   |
|--|---------|--|--|---|
| Framing visual   |         | Framing sonoro   |  |   |
| Escenarios   | Actores | Framing verbal   |  | Música Sonido                                     |
|  |         | Texto Escrito  | Texto Oral   |   |
|   |         | <p>Yo creo que MORENA, total... hace falta un cambio. El peso se desploma, siguen las manifestaciones, no hay clases. Lo lamento Jiménez, esta es tu liquidación. Se pierden trescientos mil empleos, inflación 35%. Es que ya no alcanza para más señora. Desabasto en supermercados.</p> | <p>Yo creo que MORENA, total... hace falta un cambio. El peso se desploma, siguen las manifestaciones, no hay clases. Lo lamento Jiménez, esta es tu liquidación. Se pierden trescientos mil empleos, inflación 35%. Es que ya no alcanza para más señora. Desabasto en supermercados.</p> | <p>Música de suspenso compuesta por el piano.</p> |
|   |         | <p>No, cualquier candidato es un cambio. Lo que hay que pensar es quien cambia para bien y quien cambia para mal. Pensándolo mejor me voy con Meade. José Antonio Meade. Candidato a presidente. PRI. Candidato coalición Todos por México.</p>  | <p>No, cualquier candidato es un cambio. Lo que hay que pensar es quien cambia para bien y quien cambia para mal. Pensándolo mejor me voy con Meade.</p>   |   |
|  |         |  |  |   |

Fuente: Cuadro tomado de la metodología propuesta por Aquiles Chihu.

### Spot “delincuentes”

*Framing Visual (actantes).* En la primer escena aparece una oración como preludeo a la segunda escena donde se ve un auditorio y aparece una señora sentada de cabello canoso, con anteojos y vestida con bufanda, sueter y blusa, poniendo atención a lo que empieza a narrar el candidato y detrás de ella se perciben más ciudadanos sentados alrededor. Después aparece el candidato en frente de la audiencia, vestido con traje negro, camisa y corbata, sosteniendo un micrófono y leyendo una carta que sostiene con la otra mano. Detrás de él se percibe un podio y el candidato López Obrador igualmente vestido con traje pero un poco más holgado. En la última secuencia se ve una toma más amplia que enfoca a la audiencia presente en el auditorio y después la toma se enfoca en el candidato Meade que está de espaldas haciendo ademanes de advertencia y ataque al candidato opositor López Obrador quien muestra una mirada de enojo ante las declaraciones de Meade.

*Framing Visual (colores).* La primer escena está llena de color rojo y solo resaltan la oración en color blanco, dándole un enmarcado de peligro. La mujer que aparece en la siguiente escena porta una bufanda de color morado, un sueter negro y una blusa de color morado oscuro. El candidato Meade viste un traje de color negro, camisa blanca y corbata roja; en el caso de Obrador es igual excepto que su corbata es color vino. En el spot predomina la combinación de colores morado y violeta.

*Framing Verbal.* Voz de narrador: Que no gobiernen los delincuentes. Voz de Meade: Soy la comandante Nestora Salgado, y solo llamo para decirle que a cambio de la libertad de su hija, me tiene que entregar la cantidad de cinco mil pesos. Cuando tenga esa cantidad me la entrega y entonces yo le entrego a su hija. Nestora Salgado va a ser Senadora plurinominal por MORENA, una secuestradora que está libre por una falla de la policía. Esto, Andrés Manuel, queda en tu conciencia. Voz narrador: Vota por Meade.

*Framing Sonoro.* Al inicio se percibe una batería con ritmo acelerado. En adelante sin música

| Spot de ataque (Delincuentes)  |   |   |   |                  |
|--|---|---|---|------------------|
| Framing visual   |   |   | Framing sonoro  |                  |
| Escenarios   | Actores   | Framing verbal  |   | Música<br>Sonido |
|  |   | Texto Escrito   | Texto Oral  |                  |
|    | <p>Que no gobiernen los delincuentes.<br/>Soy la comandante Nestora Salgado, y solo llamo para decirle que a cambio de la libertad de su hija, me tiene que entregar la cantidad de cinco mil pesos. Cuando tenga esa cantidad me la entrega y entonces yo le entrego a su hija.<br/>Nestora Salgado va a ser Senadora plurinominal por MORENA, una secuestradora que está libre por una falla de la policía.<br/>Esto, Andrés Manuel, queda en tu conciencia. Vota por Meade.<br/>Que no gobiernen los delincuentes.<br/>José Antonio Meade candidato a presidente.<br/>Candidato coalición “Todos por México”</p> | <p>Que no gobiernen los delincuentes.<br/><br/>Soy la comandante Nestora Salgado, y solo llamo para decirle que a cambio de la libertad de su hija, me tiene que entregar la cantidad de cinco mil pesos. Cuando tenga esa cantidad me la entrega y entonces yo le entrego a su hija.<br/><br/>Nestora Salgado va a ser Senadora plurinominal por MORENA, una secuestradora que está libre por una falla de la policía.<br/><br/>Esto, Andrés Manuel, queda en tu conciencia. Vota por Meade.</p> | <p>A l inicio batería c o n ritmo acelerado. En adelante sin música</p> |                  |
| <p>Fuente: Cuadro tomado de la metodología propuesta por Aquiles Chihu.</p>  |   |   |   |                  |

#### 4.4 Spots de cierre de campaña

Spot “Si se puede”

*Framing Visual (actantes).* En este spot el principal actor es la sociedad, el spot es una combinación de secuencias entre escenas con puro texto, graficas estadísticas y escenas de distintas congregaciones sociales: se muestra el Ángel de la independencia con tomas aéreas lleno de una multitud de personas celebrando y sosteniendo banderas nacionales; también se muestra un grupo de jóvenes bailando; grupos de mujeres alzando el puño derecho; reuniones de organizaciones sociales; así mismo, se muestran tomas de edificios en la avenida reforma, en otra escena se muestra a un grupo de trabajadores en una fabrica automotriz. La última escena muestra a un hombre, de espaldas con los brazos abiertos mirando hacia el horizonte, que se encuentra parado en la cima de alguna montaña ya que se puede percibir la totalidad de la ciudad vista desde lejos.

*Framing Visual (color).* En el spot predomina una combinación de colores que aluden al PRI, persisten el color blanco, rojo, gris y verde. Los textos que aparecen en las secuencias preservan la misma combinación de colores. Los actores en su mayoría son captados utilizando los colores nacionales: verde, blanco y rojo.

*Framing Verbal.* Voz narrador: Sí se puede el país que queremos. Sí se puede estar entre los mejores del mundo. Sí se puede probar que las encuestas no son resultados. Sí se puede tener un México que avanza. Sí se puede tener mejores oportunidades. Sí se puede un México ganador. Sí se puede México, este primero de julio vota PRI.

*Framing Sonoro.* El spot es acompañado por música emotiva acompañada de percusiones a manera que evoca triunfo.

| Spot de cierre de campaña (Sí se puede)  |   |                |   |        |                      |
|--|---|----------------|---|--------|----------------------|
| Framing visual   |   |                | Framing sonoro  |        |                      |
| Escenarios   | Actores   | Framing verbal |   | Música | Sonido               |
|  |   | Texto Escrito  | Texto Oral  |        |                      |
| <br><br> | <p>Vota por los candidatos del Partido Revolucionario Institucional</p> |                | <p>Sí se puede el país que queremos.<br/> Sí se puede estar entre los mejores del mundo.<br/> Sí se puede probar que las encuestas no son resultados.<br/> Sí se puede tener un México que avanza.<br/> Sí se puede tener mejores oportunidades.<br/> Sí se puede un México ganador.<br/> Sí se puede México, este primero de julio vota PRI.</p> |        | <p>Musica alegre</p> |

Fuente: Cuadro tomado de la metodología propuesta por Aquiles Chihu.

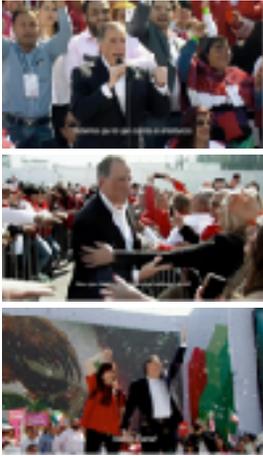
Spot "Fuerza".

*Framing Visual(actantes)*. Este spot se muestra lleno de secuencias de eventos y mitines que Meade ofreció durante su campaña. En las escenas donde aparece Meade se le puede observar que en casi todas las escenas viste de traje, con saco abierto y camisa, excepto en una escena donde aparece con un chaleco promocional de su campaña. Así mismo aparece de distintas maneras: en el podio, caminando, saludando a sus seguidores y acompañado de su esposa; en la mayoría de las escenas aparece haciendo ademanes con el brazo derecho y empuñando la mano. En la secuencias se hacen tomas de cerca y aéreas que muestran al candidato acompañado de mucha gente, mostrando su apoyo con entrega y entusiasmo hacia el candidato, lo que queda evidenciado en las escenas de la audiencia donde se identifican gritos, porras, ademanes con los brazos, sosteniendo y agitando banderas, carteles de apoyo, fotos (o "selfies"), playeras con leyendas de apoyo, etc.

*Framing Visual (color)*. Meade aparece con el mismo atuendo en las distintas escenas del spot, traje color negro y camisa blanca, su esposa viste una blusa artesanal de color rojo y pantalón de color negro. La combinación de colores que predomina en las secuencias es el verde, blanco y rojo. Tanto los escenarios como la audiencia contribuyen a esta combinación.

*Framing Verbal*. Voz Meade: Sabemos que lo que cuenta es el esfuerzo. Que si queremos que a nuestras familias les vaya bien, hay que trabajar y ¡hay que trabajar duro! Este ejercito que está hoy aquí, este ejercito que cuando le dicen que no se puede, contesta ¡que si se puede! Con esas ganas y con ese entusiasmo ¡vamos a ganar! Voz narrador: Vota por Meade

*Framing Sonoro*. El spot esta acompañado de notas musicales que evocan triunfo. Se percibe una composición de marcha que se logra con percusiones de batería y tambores.

| <b>Spot de cierre de campaña (fuerza)</b>   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| <b>Framing Visual</b>   |   | <b>Framing sonoro</b>  |  |
| <b>Escenarios<br/>Actores</b>   | <b>Framing Verbal</b>   |  |  |
|   | <b>Texto Escrito</b>  | <b>Texto oral</b>  | <b>Música<br/>Sonido</b>   |
|  | <p>Sabemos que lo que cuenta es el esfuerzo. Que si queremos que a nuestras familias les vaya bien, hay que trabajar y ¡hay que trabajar duro! Este ejercito que está hoy aquí, este ejercito que cuando le dicen que no se puede, contesta ¡que si se puede! Con esas ganas y con ese entusiasmo ¡vamos a ganar! Vota por Meade</p> <p>José Antonio Meade candidato a presidente. Candidato coalición "Todos por México"</p> | <p>Sabemos que lo que cuenta es el esfuerzo. Que si queremos que a nuestras familias les vaya bien, hay que trabajar y ¡hay que trabajar duro! Este ejercito que está hoy aquí, este ejercito que cuando le dicen que no se puede, contesta ¡que si se puede! Con esas ganas y con ese entusiasmo ¡vamos a ganar! Vota por Meade</p> | <p>Música de triunfo, percusiones con batería y tambores. Composición de marcha.</p> |
| Fuente: Cuadro tomado de la metodología propuesta por Aquiles Chihu (2010).       |   |  |  |

## BIBLIOGRAFÍA

Abreu, A. I. A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 423-450.

Alemán, V. (2018). *Exige Ocha Reza investigación contra Ricardo Anaya por presunto lavado* [en línea] Excélsior. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2018/02/27/1223130> [Accessed 13 Nov. 2018].

Alemán, V. (2018a). *Fortuna de Anaya, por corrupción o crimen organizado: PRI*. [en línea] Excélsior. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2018/02/28/1223396> [Accessed 13 Nov. 2018].

Alemán, V. (2018b). *Quien amenaza con cárcel a corruptos, viola Estado de Derecho: Meade*. [en línea] Excélsior. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2018/01/13/1213257> [Accessed 28 Nov. 2018].

Alemán, V. (2018c). *PRI acusa apoyo de Venezuela y Rusia a Morena*. [en línea] Excélsior. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2018/03/06/1224600> [Accessed 13 Nov. 2018].

Alemán, V. (2018d). *Meade admite que remoción de Ochoa Reza fue su decisión*. [en línea] Excélsior. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/meade-admite-que-remocion-de-ochoa-reza-fue-su-decision/1236630> [Accessed 28 Nov. 2018].

Amadeo, B. (2002). La teoría del Framing. Los medios de comunicación y la transmisión de significados. *Revista de comunicación*, 1.

Arellano, S. (2018). *El PRI representa la corrupción de Duarte: Anaya* [en línea] Milenio. Disponible en: <http://www.milenio.com/estados/el-pri-representa-la-corrupcion-de-duarte-anaya> [Accessed 13 Nov. 2018].

Arellano, S. (2018a). *Anaya minimiza ataques de Lozano; "ya estaba con el PRI"* [en línea] Milenio. Disponible en: <http://www.milenio.com/politica/anaya-minimiza-ataques-de-lozano-ya-estaba-con-el-pri> [Accessed 13 Nov. 2018].

Arellano, S. (2018b). *México ya no resiste el desastre del PRI: Anaya* [en línea] Milenio. Disponible en: <http://www.milenio.com/politica/mexico-ya-no-resiste-el-desastre-del-pri-anaya> [Accessed 13 Nov. 2018].

Arellano, S. (2018c). *Anaya se burla de Meade... le dicen el candidato de acero* [en línea] Milenio. Disponible en: <http://www.milenio.com/politica/anaya-se-burla-de-meade-le-dicen-el-candidato-de-acero> [Accessed 13 Nov. 2018].

Ballinas, V. y Garduño, R. (2017). *Usar dinero público, "estrategia vieja" priísta para financiar sus campañas.* [en línea] La jornada. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2017/12/22/politica/012n2pol> [Accessed 28 Nov. 2018].

Bañuelos, C. (2018) *Afirma José Antonio Meade que él no es "el padre de los gasolinazos"* [en línea] La Jornada. Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/2018/01/04/politica/008n1pol> [Accessed 13 Nov. 2018].

Belmont, J. A. (2018). *Como producto chatarra quieren meter al del PRI: AMLO.* [en línea] Milenio. Disponible en: <http://www.milenio.com/politica/producto-chatarra-quieren-meter-pri-amlo> [Accessed 28 Nov. 2018].

Belmont, J. A. (2018a). *Cambios en el gabinete son para ayudar a Meade: AMLO.* [en línea] Milenio. Disponible en: <http://www.milenio.com/politica/cambios-en-el-gabinete-son-para-ayudar-a-meade-amlo> [Accessed 28 Nov. 2018].

Belmont, J. A. (2018b). *Meade cayó al tercer lugar, no es mi competidor cercano: AMLO*. [en línea] Milenio. Disponible en: <http://www.milenio.com/politica/meade-cayo-tercer-competidor-cercano-amlo> [Accessed 28 Nov. 2018].

Benoit, W. L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. *Public relations review*, 23(2), 177-186.

Berger, P. L. y Luckman, T. (1967). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Bofill Gomez, L.A. (2017). *Anaya sugiere a Meade hacer un "examen de conciencia"*. [en línea] La Jornada. Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/2017/12/23/politica/009n1pol> [Accessed 13 Nov. 2018].

Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature. *Journal of communication*, 61(2), 246-263.

Briseño, H. (2017). *Meade, antipático y sin carisma; no es honesto, considera AMLO*. [en línea] La Jornada. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2017/12/01/politica/011n1pol> [Accessed 28 Nov. 2018].

Briseño, H. (2018). *Anaya: el tricolor se muerde la lengua al hablar de combate a sobornos y desvíos*. [en línea] La Jornada. Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/2018/01/25/politica/007n2pol> [Accessed 13 Nov. 2018].

Campos, R. (2018). *¿Se le podía ganar a López Obrador? Séptimo Congreso de Marketing Político*. 28 de septiembre 2018. México: Ciudad de México.

Canchola, A. (2018). "No entreguen a quien pone en riesgo inversiones". [en línea] El Universal. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/elecciones-2018/no-entreguen-el-pais-quien-pone-en-riesgo-inversiones> [Accessed 28 Nov. 2018].

Chihu Amparán, A. (2000). *El framing del spot político*. Ciudad de México: Editorial Miguel Ángel Porrúa.

Chihu Amparán, A. (2008). *El framing de los debates presidenciales en México (1994-2006)*. Universidad Autónoma Metropolitana.

Chihu Amparán, A. (2010). El framing del spot político. Miguel Angel Porrúa.

Chihu Amparán, A. (2011). Los spots de la campaña presidencial de Felipe Calderón. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, (11-26), Universidad Iberoamericana, México.

Chihu Amparán, A. (2012). La teoría del framing: un paradigma interdisciplinario. *Acta Sociológica*, 59, pp.77-101.

Chihu Amparán, A. (2014). *La imagen de los partidos políticos en México*. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.

Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annu. Rev. Polit. Sci.*, 10, 103-126.

Consulta Mitofsky (2017). *Las preferencias y los escenarios para 2018. Agosto 2017*. [online] Available at: <http://www.consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/elecciones-mexico/item/950-contiendasinternas-2018> [Accessed: 31 Oct. 2017].

D'Angelo, P. (2002). News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *Journal of Communication*, 52(4), pp.870-888.

Damian, F. (2018). *En Hacienda, Meade fracasó en combatir lavado de dinero: PAN* [en línea] Milenio. Disponible en: <http://www.milenio.com/politica/hacienda-meade-fracaso-combatir-lavado-dinero-pan> [Accessed 13 Nov. 2018].

De Vreese, C. (2005). News framing: Theory and typology. *Identifying information and tenor in texts*, 13(1), pp.51-62.

Druckman, J. N. (2001). On the limits of framing effects: Who can frame?. *Journal of Politics*, 63(4), 1041-1066.

Druckman, J. N. (2009). What's it all about? Framing in political science. *Perspectives on framing*, 279.

El Financiero. (2018). *Anaya es el Madrazo del PAN que los llevará al tercer lugar: Lozano*. [en línea] Disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/anaya-es-el-madrado-del-pan-que-los-llevara-al-tercer-lugar-lozano.html> [Accessed 13 Nov. 2018].

El Financiero. (2018a). *PRI pide OEA difundir acusaciones contra Ricardo Anaya*. [online] Available at: <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/pri-pide-oea-difundir-acusaciones-contra-ricardo-anaya> [Accessed 22 Nov. 2018].

El Financiero. (2018b). *Anaya es cínico al pedir voto útil: Lozano* [online] Available at: <http://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-2018/anaya-es-cinico-al-pedir-voto-util-lozano> [Accessed 22 Nov. 2018].

El Financiero. (2018c). *Anaya es cínico al pedir voto útil: Lozano* [online] Available at: <http://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-2018/anaya-es-cinico-al-pedir-voto-util-lozano> [Accessed 22 Nov. 2018].

Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), pp.51-58.

Estrada, Luis y Yamil Nares, 2017. Primera Encuesta Preelectoral DEFOE-SPIN. (<http://encuestadefoe-spin.com/>)

Es.wikipedia.org. (2018). *Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México*. [online] Available at: [https://es.wikipedia.org/wiki/Nuevo\\_Aeropuerto\\_Internacional\\_de\\_la\\_Ciudad\\_de\\_México#cite\\_note-3](https://es.wikipedia.org/wiki/Nuevo_Aeropuerto_Internacional_de_la_Ciudad_de_México#cite_note-3) [Accessed 30 Oct. 2018].

Excélsior. (2017). *“Peña Nieto tendrá función central en elección de candidatos: PRI”*. [en línea] Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/10/23/1196521> [Accessed 30 Oct. 2018].

Excélsior. (2017a). *Llama Eruviel a recuperar al PRI de las causas sociales*. [en línea] Disponible en: <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2017/11/05/1199274> [Accessed 30 Oct. 2018].

Excélsior. (2017b). *El PRI debe ser capaz de atraer simpatizantes de afuera*. [en línea] Disponible en: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/11/07/1199703> [Accessed 30 Oct. 2018].

Excélsior. (2017c). *Se le desmorona el PAN a Anaya: PRI*. [en línea] Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/10/07/1193153> [Accessed 13 Nov. 2018].

Excélsior. (2017d). *PRI quiere dividir al PAN y al Frente; esta detrás de la salida de Zavala, insiste Anaya*. [en línea] Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/10/11/1193963> [Accessed 13 Nov. 2018].

Excélsior. (2017e). *Espacio para criminales es en las cárceles, no en las calles: Meade*. [en línea] Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/12/26/1210075> [Accessed 28 Nov. 2018].

Excélsior. Por Meade, *México tiene estabilidad económica: Videgaray*, [online] Available at: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/11/23/1202869> [Accessed 30 Oct. 2018].

Excélsior. (2018). *'El PRI debe ser capaz de atraer simpatizantes de afuera'*. [online] Available at: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/11/07/1199703> [Accessed 30 Oct. 2018].

Excélsior. (2018). *Peña Nieto tendrá función central en elección de candidatos: PRI*. [online] Available at: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/10/23/1196521> [Accessed 30 Oct. 2018].

Excélsior. (2018b). *Llama Eruviel a recuperar al PRI de las causas sociales*. [online] Available at: <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2017/11/05/1199274> [Accessed 30 Oct. 2018].

Excelsior. (2018c). *Llama Meade a dejar fuera a mentirosos, traidores y corruptos*. [en línea] Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2018/01/10/1212568> [Accessed 13 Nov. 2018].

Excelsior. (2018d). *'Nombre, son unos genios; niño copión': dice Meade sobre spot del PAN*. [en línea] Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2018/03/13/1226113> [Accessed 13 Nov. 2018].

Excelsior. (2018e). *'Voto útil, para candidatura con honestidad, recuerda Meade a Anaya'*. [en línea] Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/voto-util-para->

candidatura-con-honestidad-recuerda-meade-a-anaya/1235833 [Accessed 22 Nov. 2018].

Galvan Ochoa, E. (2017) *Dinero*. [en línea] La Jornada. Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/2017/12/26/opinion/006o1eco> [Accessed 13 Nov. 2018].

García, A., y Reséndiz, F. (2018). *Acusa Meade a AMLO de ser abogado de criminales*. [en línea] El Universal. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/elecciones-2018/acusa-meade-amlo-de-ser-abogado-de-criminales> [Accessed 28 Nov. 2018].

García Balandrán, C. y G. Partida, G. C. (2018). *Insiste AMLO en que los priístas están desesperados porque no les ha ido bien*. [en línea] La Jornada. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2018/02/12/politica/005n1pol> [Accessed 28 Nov. 2018].

Garraza, T. S., Virgili, J. R., & Castro, M. B. (2012). Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política. *Observatorio (OBS\*)*, 6(2).

Ghitis, F. (2018). *A Mexican presidential candidate is getting an unexpected boost from Trump — and Putin*. [en línea] The Washington Post. Disponible en: [https://www.washingtonpost.com/news/democracy-post/wp/2018/01/11/a-mexican-presidential-candidate-is-getting-an-unexpected-boost-from-trump-and-putin/?noredirect=on&utm\\_term=.0d64541e1819](https://www.washingtonpost.com/news/democracy-post/wp/2018/01/11/a-mexican-presidential-candidate-is-getting-an-unexpected-boost-from-trump-and-putin/?noredirect=on&utm_term=.0d64541e1819) [Accessed 28 Nov. 2018].

Gil Olmos, J. (2018). *Andrés Manuel, queda en tu conciencia la candidatura de “Napito”: Meade*. [en línea] Proceso.

Giménez Armentia, P. (2006). Una nueva visión del proceso comunicativo: La teoría del enfoque (framing). *Revista Comunicación y Hombre*, 2, pp. 55-66.

Gomez Lima, C. (2017). *Asegura Meade que su campaña no será financiada con dinero de procedencia ilícita*. [en línea] La Jornada. Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/2017/12/22/politica/014n1pol> [Accessed 13 Nov. 2018].

Gomez Leyva, C. (2018). *El presidente Peña Nieto habla sobre el socavón en el Paso Exprés | Noticias con Ciro*. [en línea] Youtube, Imagen Noticias. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=UkOZhWf7CBs> [Accessed 28 Nov. 2018].

Gomez Leyva, C. (2017). *Peña Nieto criticó la propuesta de AMLO de dar amnistía a criminales | Noticias con Ciro*. [en línea] Youtube, Imagen Noticias. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=IQ02xynOaUk&pbjreload=10> [Accessed 28 Nov. 2018].

Gonzalez Alvarado, R. (2018). *Pide Nuño indagar si gobiernos extranjeros respaldan a AMLO*. [en línea] La Jornada. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2018/01/19/politica/012n1pol> [Accessed 28 Nov. 2018].

Grabe, M. E. y Bucy E. P. (2009). *Image bite politics. News and the visual framing of elections*. New York: Oxford University Press.

Gutiérrez Rentería, M. (2018). *Mexico*. [online] Digital News Report. Available at: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/mexico-2018/> [Accessed 1 Dec. 2018].

Guzman, S. (2018). *'Spot' con mi imagen, guerra sucia del PRI: Anaya* [en línea] El Financiero. Disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/spot-con-mi-imagen-guerra-sucia-del-pri-anaya> [Accessed 19 Nov. 2018].

Guzman, S. (2018a). *Meade, sin autoridad moral para acusarme, afirma Anaya* [en línea] El Financiero. Disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-2018/meade-sin-autoridad-moral-para-acusarme-afirma-anaya> [Accessed 22 Nov. 2018].

Habermas, J. (1981). *Teoría de la acción comunicativa*. 1st ed. Madrid: Trotta.

Hurtíková, H. (2013). Framing theory in the field of Political Communication: Theoretical and Methodological Conceptualization. *Contemporary European Studies* 02, 27-44.

Hallahan, K. (1999). Seven Models of Framing: Implications for Public Relations. *Journal of Public Relations Research*, 11(3), pp.205-242.

Herrera, B. (2017). *Pide Morena al INE indagar la fraudulenta trama para financiar campañas del PRI*. [en línea] La jornada. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2017/12/22/politica/013n1pol> [Accessed 28 Nov. 2018].

Imagen Radio (2017). *El reto más grande es escoger entre un país unido o dividido: Meade / Primera Emisión - YouTube*. [online] Youtube.com. Available at: <https://www.youtube.com/embed/yskuFbRwAfk> [Accessed 28 Nov. 2018].

Instituto Nacional Electoral (2018). *SICEEF 2015 - ATLAS*. [online] Siceef.ine.mx. Available at: <http://siceef.ine.mx/atlas.html?página=1#siceen> [Accessed 31 Oct. 2018].

Integralia Consultores. (2018). *Primer Reporte Integralia 2018*. [online] Available at: <http://integralia.com.mx/content/publicaciones/035/Primer%20reporte%20electoral%202018.pdf> [Accessed 30 Oct. 2018].

Integralia Consultores. (2018a). *Segundo Reporte Integralia 2018*. [online] Available at: <http://integralia.com.mx/content/publicaciones/036/Segundo%20Reporte%20Electoral%20Integralia%20-2.pdf> [Accessed 30 Oct. 2018].

Juárez, M., (2018). *PRI aprovecha el “#YoMero” para promocionar a Meade*. [en línea] El Financiero. Disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/pri-aprovecha-el-yomero-para-promocionar-a-meade> [Accessed 19 Nov. 2018].

Juárez, M., (2018a). *INE avala spot en que Anaya habla bien de Meade*. [en línea] El Financiero. Disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/ine-avala-spot-en-que-anaya-habla-bien-de-meade> [Accessed 19 Nov. 2018].

Juárez, M., (2018b). *Ochoa exige que se investiguen supuestos delitos de Anaya*. [en línea] El Financiero. Disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/ochoa-exige-que-se-investiguen-supuestos-delitos-de-anaya> [Accessed 22 Nov. 2018].

La Jornada. (2017). *Candidato del PRI se rodea de corruptos: PAN*. [en línea] Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/2017/12/24/politica/010n2pol> [Accessed 13 Nov. 2018].

La Jornada. (2017a). *AMLO nunca ha sido voz constructiva: Meade*. [en línea] Disponible en: <http://ljz.mx/2017/11/28/amlo-nunca-ha-sido-voz-constructiva-meade/> [Accessed 28 Nov. 2018].

La Jornada. (2018). *Meade “no levanta” y por eso me lanzan a Nuño, dice AMLO*. [en línea] Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2017/12/30/politica/011n1pol> [Accessed 28 Nov. 2018].

La Jornada. (2018a). *Alianza con el PAN si Anaya declina: Osorio Chong*. [en línea] Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2018/05/05/politica/006n2pol> [Accessed 28 Nov. 2018].

Lastiri, D. (2018) *Desechan de Nestora Salgado contra José A. Meade*. [en línea] El Universal. Disponible en: <https://www.eluniversal.com.mx/elecciones-2018/desechan-demanda-de-nestora-salgado-contra-jose-antonio-meade> [accessed 28 Nov. 2018].

León, M. (2018). *“Los corruptos se salen con la suya”, dice Meade; llama a crear ya el SNA.* [en línea] El Financiero. Disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/quien-comete-actos-de-corrupcion-se-sale-con-la-suya-dice-meade.html> [Accessed 13 Nov. 2018].

León, M. (2018a). *Hay inconsistencia entre ingreso y patrimonio de Anaya: Meade.* [online] El Financiero. Available at: <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/inconsistencia-brutal-entre-ingresos-y-bienes-de-ricardo-anaya-meade> [Accessed 22 Nov. 2018].

León, M. (2018b). *Que no sea 'rajón' Anaya y asuma su responsabilidad: Meade.* [online] El Financiero. Available at: <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/que-no-sea-rajon-anaya-y-asuma-su-responsabilidad-meade> [Accessed 22 Nov. 2018].

León, M. (2018c). *México no puede experimentar en la economía: Meade.* [online] El Financiero. Available at: <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/mexico-no-puede-experimentar-en-la-economia-meade> [Accessed 28 Nov. 2018].

León, M. (2018d). *Cancelar el NAICM es cancelar crecimiento de México: Meade.* [online] El Financiero. Available at: <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/cancelar-el-naicm-es-cancelar-crecimiento-de-mexico-meade.html> [Accessed 28 Nov. 2018].

León, M. (2018e). *Con AMLO aumentaron homicidios y secuestros en la CDMX: Meade.* [online] El Financiero. Available at: <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/con-amlo-aumentaron-homicidios-y-secuestros-en-la-cdmx-meade.html> [Accessed 28 Nov. 2018].

López Obrador, A. M. (@lopezobrador\_) (2017). *El director de Pemex fue ascendido a secretario de Hacienda. Durante su gestión cayó la producción petrolera y se aprobó el gasolinazo; tiene el mérito de ser concuño de Salinas. Lo de Meade ni a destape llega. Lo pronosticamos. Además de corruptos, se han vuelto muy predecibles.* 27 de

noviembre 2017. [en línea] Twitter. Disponible en: [https://twitter.com/lopezobrador\\_/status/935226545085599745](https://twitter.com/lopezobrador_/status/935226545085599745) [Accessed 28 Nov. 2018].

Marquez, J. (2018). *Poll of Polls*. [online] Oraculus. Available at: <https://oraculus.com.mx/poll-of-polls/> [Accessed 5 Dec. 2018].

Marín Albaladejo, J. (2017). *La representación mediática del escándalo de corrupción política en España (2009-2014) desde la Teoría del encuadre (Framing)*. Doctorado. Universidad Católica de Murcia.

Martínez, F. (2017). *Presenta el PRI queja contra AMLO por actos anticipados de precampaña*. [online] La Jornada. Available at: <https://www.jornada.com.mx/2017/11/23/politica/006n1pol> [Accessed 28 Nov. 2018].

Martínez, F. (2018). *Meade exige a Anaya que no se esconda atrás de un video*. [online] La Jornada. Available at: <http://www.jornada.com.mx/2018/03/02/politica/005n1pol> [Accessed 22 Nov. 2018].

Matthes, J. (2009). What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1999-2005. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(2), pp.349-367.

Matthes, J. (2012). Framing politics: An integrative approach. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 247-259.

Meade, J. A. (2017), *Mensaje de Navidad*, [en línea] Youtube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=A-rbfGzJ0qA&frags=pl%2Cwn>

Meade, J. (@JoseAMeadeK) (2018), *México necesita un Presidente serio. Un profesional que sepa enfrentar los retos internos y externos, que garantice estabilidad económica y certidumbre jurídica*. 19 de febrero [en línea] Twitter.

Disponible en: <https://twitter.com/JoseAMeadeK/status/961402498115391488>  
[Accessed 30 Oct. 2018].

Meade, J. (2018a), *Mensaje de José Antonio Meade en el marco de su arranque de campaña*, [en línea] Pri.Org. Disponible en: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=29296> [Accessed 30 Oct. 2018].

Meade, J. (2018b), *Mensaje del precandidato del PRI a la Presidencia de la República, José Antonio Meade Kuribreña, en el marco de su encuentro con la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos CROC*, [en línea]. Disponible en: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=26840> [Accessed 30 Oct. 2018].

Meade, J. (2018c). *Mensaje del precandidato del Partido Revolucionario Institucional PRI, Partido Verde Ecologista de México PVEM y Nueva Alianza a la Presidencia de la República, José Antonio Meade Kuribreña, durante su encuentro con la militancia priista de Oaxaca*, [en línea]. Disponible en: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=27932> [Accessed 30 Oct. 2018].

Meade, J. (2018d). *Participación de José Antonio Meade durante su encuentro con la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión CIRT*, [en línea]. Disponible en: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=30419> [Accessed 30 Oct. 2018].

Meade, J. (2018e), *Firma del decálogo de Todos los Derechos para Todas las Personas con Discapacidad en Todo Lugar*, [en línea]. Disponible en: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=31061> [Accessed 30 Oct. 2018].

Meade, J. (2018f), *Mensaje de José Antonio Meade, durante la convención nacional de delegados del PRI*, [en línea]. Disponible en: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=28188> [Accessed 30 Oct. 2018].

Meade, J. (2018g). *Mensaje de José Antonio Meade durante su encuentro con mujeres en Chihuahua*. [en línea]. Disponible en: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=30637> [Accessed 30 Oct. 2018].

Meade, J. (2018h). *Conoce a Meade*. [en línea] Youtube. Disponible en: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLsczVK0feV9HXkYsA3ROMiHPSyp32-Kfq> [Consultado 4 Dic. 2018].

Meade, J. (2018i). *Mensaje del candidato José Antonio Meade durante su encuentro con el Movimiento Antorchista*. [en línea]. Disponible en: <http://pri.org.mx/somospri/SaladePrensa/Nota.aspx?y=31991> [Consultado 4 Dic. 2018].

Meade, J. (2018j). *Mensaje de José Antonio Meade durante su encuentro con petroleros*. [en línea]. Disponible en: <http://pri.org.mx/Somospri/SaladePrensa/Nota.aspx?y=30472> [Consultado 4 Dic. 2018].

Meade, J. (@JoseAMeadeK) (2018k). *No, @lopezobrador\_, no es una provocación ni se trata de que te enojas. Y tú, @RicardoAnayaC, podrás correr mas no huir. El que nada debe, nada teme. #NoLeSaquen. Reitero el reto de transparentar públicamente nuestro patrimonio personal y familiar*. 3 de abril 2018 [en línea] Twitter. Disponible en: <https://twitter.com/JoseAMeadeK/status/981132980306391041> [Accessed 19 Nov. 2018].

Meade, J. (@JoseAMeadeK) (2018l). *@RicardoAnayaC: una manera de medio aclarar tu asunto de lavado de dinero sería que presentaras tu #7de7 de los últimos 10 años. El que nada debe nada teme. ¿Te atreves? No le saques*. [en línea] Twitter. Disponible en: <https://twitter.com/JoseAMeadeK/status/966727482379554821> [Accessed 19 Nov. 2018].

Meade Kuribreña, J. A. (@JoseAMeadeK) (2018m). *Primero lo meten en la lista plurinominal al Senado y luego lo comparan con Nelson Mandela. ¡No hombre! Unos*

genios. [en línea] Twitter. Disponible en: <https://twitter.com/JoseAMeadeK/status/984427255018422273> [Accessed 28 Nov. 2018].

Meade Kuribreña, J. A. (@JoseAMeadeK) (2018n). *Ya estará contento @lopezobrador\_ de lograr que Gómez Urrutia, señalado de robarle 55 millones de dólares a trabajadores mineros y haber adquirido la nacionalidad canadiense, llegue por la vía plurinominal de Morena al Senado. Esta también queda en tu conciencia, Andrés Manuel. 7 de junio* [en línea] Twitter. Disponible en: <https://twitter.com/JoseAMeadeK/status/1004687007791091712> [Accessed 28 Nov. 2018].

Meade, J. (2018p). *Mensaje de José Antonio Meade durante su encuentro con la ciudadanía de la región de Los Altos de Jalisco.* [en línea]. Disponible en: <http://pri.org.mx/somospri/SaladePrensa/Nota.aspx?y=29667> [Consultado 4 Dic. 2018].

Meade, J. (2018q). *Mensaje de José Antonio Meade durante la 26 Reunión Plenaria de Consejeros Consultivos Citibanamex.* [en línea]. Disponible en: <http://pri.org.mx/somospri/SaladePrensa/Nota.aspx?y=30111> [Consultado 4 Dic. 2018].

Meade, J. (2018r). *Participación de José Antonio Meade durante su encuentro con la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión CIRT* [en línea]. Disponible en: <http://pri.org.mx/somospri/SaladePrensa/Nota.aspx?y=30419> [Consultado 4 Dic. 2018].

Meade, J. (2018). *El México que merecemos. Mi visión para transformar nuestro país con orden y rumbo.*. 1st ed. Ciudad de México: Grijalbo.

Meade, J. (2018). *Mensaje de José Antonio Meade en su encuentro con la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos.* [online] Pri.org.mx. Available at: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=26840> [Accessed 30 Oct. 2018].

Meade, J. (2018). *Mensaje de José Antonio Meade durante su encuentro con la militancia priista de Oaxaca*. [online] Pri.org.mx. Available at: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=27932> [Accessed 30 Oct. 2018].

Mejía, I. (2018). *Inaceptable sacar al criminal de la carcel y llevarlo a la calle: Meade*. [en línea] El Universal. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/elecciones-2018/inaceptable-sacar-al-criminal-de-la-carcel-y-llevarlo-la-calle-meade> [consultado 4 Dic. 2018].

Mercado, A. (2018). *Javier Lozano renuncia al PAN por diferencias con Anaya*. [en línea] Milenio. Disponible en: <http://www.milenio.com/estados/javier-lozano-renuncia-pan-diferencias-anaya> [Accessed 13 Nov. 2018].

Méndez, E. (2018). *Que Anaya asuma consecuencias de vivir como magnate: Meade*. [en línea] La Jornada. Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/2018/03/06/politica/004n1pol> [Accessed 22 Nov. 2108].

Méndez, E. (2018a). *Anaya insiste que ataques en su contra son 'cortina de humo'*. [en línea] La Jornada. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2018/02/22/1221985> [Accessed 22 Nov. 2108].

Méndez, E. (2018b). *Llama Meade a AMLO a revisar caso de Nestora Salgado*. [en línea] La Jornada. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/ultimas/2018/06/03/agudiza-meade-criticas-contra-nestora-salgado-5431.html> [Accessed 28 Nov. 2108].

Milenio. (2018). *Javier Lozano se une a equipo de precampaña de Meade*. [en línea] Disponible en: <http://www.milenio.com/politica/javier-lozano-une-equipo-precampana-meade> [Accessed 30 Oct. 2018].

Milenio. (2018a). *Meade va subiendo; a AMLO lo apoyan desde el exterior: PRI*. [en línea] Disponible en: <http://www.milenio.com/politica/meade-subiendo-amlo-apoyan-externo-pri> [Accessed 28 Nov. 2018].

Moya, M. y Francisco Morales, J. (1988). *Panorama histórico de la psicología política*. En: Seoane, J. y Rodríguez, A. (Coord.) (1988). *Psicología política*. Madrid, España. Ediciones pirámide.

Muñoz, A. (2018). *MC denuncia ante la PGR a Meade y Rosario Robles por desvío de recursos*. [en línea] La Jornada. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2018/01/12/politica/004n2pol> [Accessed 30 Oct. 2018].

Navarro, I. (2018). *La traición de Duarte duele al PRI, dice Meade en Veracruz* [en línea] Milenio. Disponible en: <http://www.milenio.com/estados/traicion-duarte-duele-pri-meade-veracruz> [Accessed 30 Oct. 2018].

Navarro, I. (2018a). *AMLO también es un corrupto, dice Meade*. [en línea] Milenio. Disponible en: <http://www.milenio.com/politica/amlo-tambien-es-un-corrupto-dice-meade> [Accessed 28 Nov. 2018].

Notimex (2018). *Corrupción es AMLO, quien oculta ingresos y defiende a narcos: Meade*. [en línea] Excélsior. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2018/01/08/1212120> [Accessed 28 Nov. 2018]

Ocho Reza, E. (EnriqueOchoaR) (2018). *@RicardoAnayaC da muchas razones por las cuales @JoseAMeadeK será el próximo Presidente de #México*. 2 de febrero 2018 [Twitter] Disponible en: <https://twitter.com/EnriqueOchoaR/status/959669965447159808> [Accessed 19 Nov. 2018].

Olivares, E. Y Jiménez N. (2018). *Señalan a Anaya de triangular recursos con empresas fachada*. [en línea] La Jornada. Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/2018/02/21/politica/003n1pol> [Accessed 22 Nov. 2018].

Pacheco, R. J. (2017). *PRI, listo para vencer al populismo y al Frente 'sin pies ni cabeza': Ochoa Reza*. [en línea] Excélsior. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/10/11/1194156> [Accessed 28 Nov. 2018]

Pri.org.mx. (2018). *Vamos a ganar porque representamos la unidad del país, no la división: José Antonio Meade*, [en línea]. Disponible en: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=30333>

Pri.org.mx. (2018). *Vamos a ganar porque representamos la unidad del país, no la división: José Antonio Meade*. [online] Available at: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=30333> [Accessed 30 Oct. 2018].

Pri.org.mx. (2018a). *Ricardo Anaya y su equipo mienten nuevamente*. [online] Available at: <http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=28496> [Accessed 22 Nov. 2018].

PRIOficialTV México (2017). *Arranque de la Precampaña de nuestro Precandidato a la Presidencia de la República, Pepe Meade..* [online] YouTube. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=2aMjnC100hk&t=902s> [Accessed 4 Dec. 2018].

Ramón, R. y Muñiz, E. (2018). *El PRI ahora se cuelga de mi imagen para levantar la campaña de Meade, dice Anaya* [en línea] La jornada. Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/2018/02/04/politica/005n1pol> [Accessed 19 Nov. 2018].

Robles, L. (2017). *José Antonio Meade está para lo que sea: Emilio Gamboa*. [online] Excélsior. Available at: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/11/10/1200377> [Accessed 30 Oct. 2018].

Robles, L. (2018). *José Antonio Meade está para lo que sea: Emilio Gamboa*. [online] Excélsior. Available at: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/11/10/1200377> [Accessed 30 Oct. 2018].

Rosas, T. (2018). *Meade no es el padre, ni hermano, ni primo de gasolinazos: Ramírez Marín*. [en línea] Excélsior. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2018/01/04/1211505> [Accessed 13 Nov. 2018].

Rosas, T. (2018a). *'Pluris' de Morena y el Frente son oportunistas: Meade*. [en línea] Excélsior. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2018/02/19/1221384> [Accessed 13 Nov. 2018].

Ruiz Massieu, C. (2018). El que plagia es porque no tiene nada que decir. @RicardoAnayaC es un candidato que tiene más cosas que explicar que proponer. 3 de marzo 2018, 12:29 [online] Twitter.com. Available at: <https://twitter.com/ruizmassieu/status/970033336361070594> [Accessed 22 Nov. 2018].

Sádaba Garraza, T., Rodríguez Virgili, J. and Bartolomé Castro, M. (2012). Propuesta de sistematización de la teoría del *framing* para el estudio y praxis de la comunicación política. *Observatorio (OBS) Journal*, 6(2), pp.109-126.

Saldaña, I. (2018). *Senadores priistas exigen inmediata investigación a Anaya*. [en línea] Excélsior. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2018/02/22/1222115> [Accessed 22 Nov. 2018].

Sánchez, E. (2017). *Falta poco para el candidato: EPN; no todo problema es corrupción, dijo*. [online] Excélsior. Available at: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/10/17/1195049> [Accessed 30 Oct. 2018].

Sartori, G. (1997). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. México: Punto de lectura.

Scheufele, B. (2004). Framing-effects approach: A theoretical and methodological critique. *Communications*, 29(4), 401-428.

Scheufele, D. A., & Scheufele, B. T. (2010). Of spreading activation, applicability, and schemas: Conceptual distinctions and their operational implications for measuring frames and framing effects. In *Doing news framing analysis* (pp. 126-150). Routledge.

Scheufele, D. y Shanto I. (2017) the State of Framing Research: a Call for New Directions (Chapter prepared for: Kate Kenski and Kathleen Hall Jamieson (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Communication Theories*. New York: Oxford University Press.), p. 2

Sistema Integral de Fiscalización (2018). *ForMato "Ipr"- Informe De Precampaña Sobre El Origen, Monto Y Destino De Los Recursos Proceso Electoral Federal Ordinario 2017-2018 Periodo Único (Etapa Normal)*. Instituto Nacional Electoral.

Vicenteño, D. (2018). *Lozano llama a PGR a actuar contra Anaya por 'lavado'* [online] Excélsior. Available at: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/lozano-llama-a-pgr-a-actuar-contra-anaya-por-lavado/1232149> [Accessed 22 Nov. 2018].

Zavala, M. (2017). *"Corrupción. En cinco años caen 14 exgobernadores"*, [en línea] El universal. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/politica/corrupcion-en-cinco-anos-caen-14-ex-gobernadores> [Accessed 30 Oct. 2018].

Zavala, M. (2018). *Corrupción. En cinco años caen 14 ex gobernadores*. [online] El Universal. Available at: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/politica/corrupcion-en-cinco-anos-caen-14-ex-gobernadores> [Accessed 30 Oct. 2018].