

-ANEXOS-

TESIS DOCTORAL: LA PUBLICIDAD OFICIAL EN LA
CONSTRUCCIÓN DE CULTURAS DE PAZ: EL CASO DEL
GOBIERNO FEDERAL MEXICANO (2006-2012) EN EL
MARCO DEL CONFLICTO POR EL NARCOTRÁFICO

Presenta: Mtro. Hermes Ulises Prieto Mora
Supervisoras: Dra. María José Gámez Fuentes y Dra. Eloísa Nos Aldás



Índice

	Pág.
Spot nº 1	1
Spot nº 2	3
Spot nº 3	5
Spot nº 4	7
Spot nº 5	9
Spot nº 6	11
Spot nº 7	13
Spot nº 8	15
Spot nº 9	17
Spot nº 10	19
Spot nº 11	21
Spot nº 12	23
Spot nº 13	25
Spot nº 14	27
Spot nº 15	29
Spot nº 16	31
Spot nº 17	33
Spot nº 18	35
Spot nº 19	37
Spot nº 20	39
Spot nº 21	41
Spot nº 22	43
Spot nº 23	45
Spot nº 24	47
Spot nº 25	49
Spot nº 26	51
Spot nº 27	53
Spot nº 28	55
Spot nº 29	57
Spot nº 30	59
Spot nº 31	61
Spot nº 32	63
Spot nº 33	65
Spot nº 34	67
Spot nº 35	69
Spot nº 36	71
Spot nº 37	73
Spot nº 38	75
Spot nº 39	77
Spot nº 40	79
Spot nº 41	81
Spot nº 42	83
Spot nº 43	85
Spot nº 44	87
Spot nº 45	89

Spot nº 46	91
Spot nº 47	95
Spot nº 48	99
Spot nº 49	101
Spot nº 50	103
Spot nº 51	105
Spot nº 52	107
Spot nº 53	109
Spot nº 54	111
Spot nº 55	113
Spot nº 56	115
Spot nº 57	117
Spot nº 58	119
Spot nº 59	121
Spot nº 60	123
Spot nº 61	125
Spot nº 62	127
Spot nº 63	129
Spot nº 64	131
Spot nº 65	133
Spot nº 66	135
Spot nº 67	137
Spot nº 68	139
Spot nº 69	141
Spot nº 70	143
Spot nº 71	145
Spot nº 72	147
Spot nº 73	151
Spot nº 74	155
Spot nº 75	157
Spot nº 76	159
Spot nº 77	161
Spot nº 78	163
Spot nº 79	165
Spot nº 80	167
Spot nº 81	169
Spot nº 82	171
Spot nº 83	173
Spot nº 84	175
Spot nº 85	177
Spot nº 86	179
Spot nº 87	181
Spot nº 88	183
Spot nº 89	185
Spot nº 90	187
Spot nº 91	189
Spot nº 92	191
Spot nº 93	193
Spot nº 94	195
Spot nº 95	197

Spot nº 96	199
Spot nº 97	201
Spot nº 98	203
Spot nº 99	205
Spot nº 100	207
Spot nº 101	211
Spot nº 102	213
Spot nº 103	215
Spot nº 104	217
Spot nº 105	219
Spot nº 106	221
Spot nº 107	223
Spot nº 108	225
Spot nº 109	227
Spot nº 110	229
Spot nº 111	231
Spot nº 112	233
Spot nº 113	235
Spot nº 114	237
Spot nº 115	239
Spot nº 116	241
Spot nº 117	243
Spot nº 118	247
Spot nº 119	249
Spot nº 120	251
Spot nº 121	253
Spot nº 122	255
Spot nº 123	257
Spot nº 124	259
Spot nº 125	261
Spot nº 126	263
Spot nº 127	265

Spot nº 1

Información general	
Nombre del spot	Redes Escuela Segura
Campaña	Desarrollo social e igualdad de oportunidades
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra en primer término imágenes de Mateo, un joven de 15 años y de su madre, Gloria, que se encuentra preocupada de que su hijo pueda caer en las drogas. En una escena posterior aparece Ernesto, maestro de Mateo, junto a varios padres de familia, entre ellos Gloria, trabajando en un programa para mantener la escuela de Mateo libre de drogas. Debido a ello, se asegura que Gloria está más tranquila, pues sabe que la escuela de Mateo es un lugar seguro
Número de repeticiones	79

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Mateo tiene 15 años y es muy buen estudiante. Gloria es la mamá de Mateo y está preocupada de que se su hijo pueda caer en las drogas. Ernesto, maestro de Mateo, invitó a Gloria a participar en un programa para mantener la escuela libre de drogas. Ahora Gloria está más tranquila porque sabe que la escuela de Mateo ya es un lugar seguro. En el primer año de gobierno, escuela segura. Gobierno de la República*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: la mayor parte de las escenas son grabadas en interiores, ya sea dentro de la casa del joven o en su escuela
- Personajes: aparecen exclusivamente miembros de la sociedad civil. La historia gira alrededor de 3 personajes: un joven de 15 años, su madre y su profesor
- Iluminación: tenue y constante a lo largo del spot
- Banda sonora: el spot es acompañado por acordes de guitarra como música de fondo. Se escuchan sonidos que simulan el accionar de una cámara fotográfica. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar el movimiento de objetos en la cortinilla de cierre del spot
- Montaje: se utilizan principalmente planos americanos y planos medios cortos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Repetición del concepto de seguridad (2 veces)
- Se asocia la palabra tranquilidad con seguridad
- Se afirma que la madre está preocupada por riesgo de las drogas
- A través de las imágenes y la narración se transmite la idea de que incluso un joven que es un buen estudiante, deportista y que mantiene una buena relación con sus familiares puede engancharse a las drogas

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Prevención del consumo de drogas
 - Trabajo conjunto de docentes y padres de familia
 - Promoción de programas contra la drogadicción
- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 2

Información general	
Nombre del spot	Paletero
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra a un vendedor ambulante de helados hablando sobre un niño con uniforme escolar que aparece en segundo plano. El vendedor afirma que al niño le da miedo pasar por ese lugar pues ahí se encuentra una persona que lo amenaza y presiona para que consuma drogas, posteriormente se muestra al supuesto delincuente y al niño con una actitud de temor. En una escena posterior, después de que una voz en off explica las acciones que el gobierno lleva a cabo para el combate a las drogas, se muestra al mismo niño en el mismo lugar, tranquilo y sonriente; el delincuente ya no está. El spot cierra con un primer plano al vendedor, que asegura que a pesar de que la lucha será difícil, vale la pena llevarla a cabo por los hijos
Número de repeticiones	24

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Combatimos el narcotráfico por ti y tus hijos*

Paletero: *Juanito está en secundaria, es un buen estudiante y un excelente hijo. Le da pánico pasar por esa esquina, ahí se pone un señor que lo presiona y lo amenaza para que consuma drogas.*

Voz en off: *El gobierno combate a los narcotraficantes, decomisa cargamentos, incauta dinero sucio y quema plantíos para que la droga no llegue a tus hijos*

Paletero: *Esta lucha va a ser difícil, pero por nuestros hijos vale la pena*

Voz en off: *Presidencia de la República*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: se utiliza una locación exterior que puede pasar por cualquier calle de una ciudad mexicana
- Personajes: sociedad civil representada por un hombre de mediana edad y un niño de unos 12 años. Se utiliza a un varón joven y fuerte para representar a un presunto

delincuente

- Iluminación: tenue y constante a lo largo del spot
- Banda sonora: se escucha ruido de tráfico como sonido de fondo. En la segunda parte del spot se acompaña este sonido de fondo con música de piano. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar el movimiento de objetos en la cortinilla de cierre del spot
- Montaje: destaca el uso de primeros planos del vendedor ambulante que se dirige mirando de frente a la cámara para transmitir un mensaje

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Asociación de la palabra lucha con difícil
- Repetición de la palabra hijos (3 veces)
- Repetición del concepto de enfrentamiento (combatimos, combate, lucha)
- Se afirma que el niño siente pánico hacia el supuesto delincuente mostrado
- La narración transmite la idea de que incluso un buen estudiante y excelente hijo, puede caer en las drogas

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (combatimos el narcotráfico por ti y tus hijos / esta lucha va a ser difícil pero por nuestros hijos vale la pena)
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 3

Información general	
Nombre del spot	Quema de plantíos
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos que muestra una secuencia de imágenes en la que se observa a soldados y policías quemando y destruyendo plantíos y bultos de droga. Se detalla de forma escrita el número de plantíos destruidos en un periodo de tiempo determinado
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Operativos conjuntos. Quema de plantíos. Uno de los resultados de los operativos conjuntos de seguridad que se realizan en diversas partes de México ha sido la quema de plantíos. Cada plantío destruido es droga que no llegará a las calles, que no dañará a tus hijos. Presidencia de la República*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: locaciones exteriores, se muestran parajes naturales, principalmente, donde es quemada gran cantidad de estupefacientes
- Personajes: Fuerzas armadas representadas por diversos soldados y policías, todos varones y portando uniforme y armamento
- Iluminación: natural y tenue a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar textos sobreimpresos y el movimiento de objetos en las cortinillas de inicio y cierre del spot. Empleo de música electrónica de fondo
- Montaje: utilización de imágenes de archivo. Uso de planos generales que permiten mostrar gran cantidad de drogas siendo quemadas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La frases operativos conjuntos y quema de plantíos son repetidas 2 veces cada una
- Se transmite la idea de que la droga quemándose mostrada en pantalla, podría haber

llegado a tus hijos

- Se hace énfasis en la cantidad específica de droga destruida en un periodo determinado mediante el uso de textos sobreimpresos

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (Cada plantío destruido es droga que no llegará a las calles, que no dañará a tus hijos)
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico
 - Presencia de policías fuertemente armados en el spot

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 4

Información general	
Nombre del spot	Maestro Jorge
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos en el que un profesor de niños de edad escolar narra la secuencia de vídeo siguiente: se observa a un grupo de niños que quieren jugar fútbol en una plaza pública pero no se atreven a hacerlo pues en el lugar se encuentran 4 jóvenes fumando un porro y en actitud desafiante. En una escena posterior, después de que una voz en off explica las acciones que el gobierno lleva a cabo para el combate a las drogas, se muestra a los mismos niños, junto a otros, preparándose para jugar fútbol y otros juegos en la misma plaza pública, donde ya no aparecen los jóvenes. El spot cierra con un primer plano del profesor, que asegura que la lucha no será fácil pero que vale la pena llevarla a cabo
Número de repeticiones	34
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Combatimos el narcotráfico por ti y tus hijos</i> Maestro: <i>A Jorge y a sus amigos les encanta jugar al futbol, aquí lo hacen todo el tiempo. Pero no pueden jugar en el parque de su casa porque ahí está siempre una pandilla drogándose, que no los deja acercarse. Tienen miedo</i> Voz en off: <i>El gobierno combate a los narcotraficantes, decomisa cargamentos, incauta dinero sucio y quema plantíos para que la droga no llegue a tus hijos</i> Maestro: <i>Esta lucha no va a ser fácil, pero por nuestros hijos vale la pena</i> Voz en off: <i>Presidencia de la República</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: locaciones exteriores (patio de escuela y plaza pública) ➤ Personajes: sociedad civil representada por niños y niñas y un maestro de mediana edad. Presuntos delincuentes representados por 4 varones jóvenes vestidos principalmente con ropa oscura ➤ Iluminación: se aprecia un cambio bastante marcado en la iluminación: cuando se 	

enfoca a los presuntos delincuentes la iluminación es sombría, mientras que en el resto del spot es clara

- Banda sonora: sonido ambiente del patio de una escuela en la primera parte del spot. La segunda parte tiene sonido ambiente de niños jugando y música de piano de fondo. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar el movimiento de objetos en la cortinillas de cierre del spot
- Montaje: Destaca el uso de primeros planos para mostrar al profesor dirigiéndose de frente a la cámara y para mostrar detalles de los supuestos delincuentes

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La palabra hijos se repite 3 veces a lo largo del spot
- Se transmite la idea de enfrentamiento 3 veces (combatimos, combate, lucha)
- Se afirma que los niños tienen miedo hacia la pandilla de supuestos criminales
- Asociación de la palabra lucha con dificultad

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (combatimos el narcotráfico por ti y tus hijos / para que la droga no llegue a tus hijos / esta lucha va a ser difícil pero por nuestros hijos vale la pena)
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 5

Información general	
Nombre del spot	Decomiso de Drogas II
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos que muestra una secuencia de imágenes en la que se observa a diversos policías y militares inspeccionando diferentes alijos de droga decomisados. Se detalla de forma escrita la cantidad de droga decomisada en un periodo de tiempo determinado
Número de repeticiones	27
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Operativos conjuntos. Decomiso de droga. Uno de los resultados de los operativos conjuntos de seguridad que se llevan a cabo en distintas zonas del país ha sido el decomiso de droga. Cada cargamento decomisado es droga que no llegará a las calles, que no dañará a tus hijos. Gobierno de la República</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: se muestran parajes naturales exteriores y escenas en interiores donde se manipula droga por parte de elementos de las fuerzas armadas ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por diversos soldados y policías, todos varones y portando uniforme ➤ Iluminación: tenue y constante a lo largo del spot ➤ Banda sonora: utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar textos sobreimpresos y el movimiento de objetos en las cortinillas de inicio y cierre del spot. Empleo de música electrónica de fondo ➤ Montaje: utilización de imágenes de archivo. Uso de planos detalle para mostrar diferentes drogas siendo manipuladas por elementos de las fuerzas armadas 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las frases operativos conjuntos y decomiso de droga son repetidas 2 veces cada una ➤ Se transmite la idea de que la droga incautada mostrada en pantalla, podría haber 	

llegado a tus hijos

- Se hace énfasis en la cantidad específica de droga destruida en un periodo determinado mediante el uso de textos sobreimpresos

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (droga que no llegará a las calles, que no dañará a tus hijos)
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 6

Información general	
Nombre del spot	Carmen
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos en el que se observa a una madre joven llevando de la mano a su hija a la escuela. Después de dejar a la hija, la madre observa a un sujeto sentado frente a la escuela en actitud sospechosa. En una escena posterior, después de que una voz en off explica las acciones que el gobierno lleva a cabo para el combate a las drogas, se muestra nuevamente a la madre en el mismo sitio que la escena anterior, pero el sujeto ya no aparece, la madre sonríe y abraza a su hija a la salida de la escuela. El spot cierra con un primer plano de la madre, que asegura que la lucha no será fácil pero que vale la pena llevarla a cabo
Número de repeticiones	21

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Combatimos el narcotráfico por ti y tus hijos*

Mujer: *Desde que supe que afuera de la escuela de mi hija venden droga, no vivo en paz, por eso paso lo más que puedo frente a la escuela, para tranquilizarme*

Voz en off: *El gobierno combate a los narcotraficantes, decomisa cargamentos, incauta dinero sucio y quema plantíos para que la droga no llegue a tus hijos*

Mujer: *Esta lucha no va a ser fácil, pero por nuestros hijos vale la pena*

Voz en off: *Presidencia de la República*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: exterior de una escuela primaria, calles públicas
- Personajes: sociedad civil representada por una madre de mediana edad y su hija pequeña. Presunto delincuente representado por un varón joven
- Iluminación: clara, empleo de luz natural
- Banda sonora: empleo del sonido ambiente de una calle para la primera parte del spot. En la segunda parte a este sonido ambiente se le añade el uso de música de piano
- Montaje: Destaca el uso de primeros planos que muestran a la madre dirigirse de frente

a la cámara

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La palabra hijos se repite 3 veces a lo largo del spot
- Se transmite la idea de enfrentamiento 3 veces (combatimos, combate, lucha)
- Se asocia la palabra lucha con dificultad

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (combatimos el narcotráfico por ti y tus hijos / par que la droga no llegue a tus hijos / esta lucha no va a ser fácil pero por nuestros hijos vale la pena)
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 7

Información general	
Nombre del spot	Decomiso de drogas III (incautación de dinero)
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra una secuencia de imágenes en la que se observa a diversos servidores públicos contando fajos de pesos mexicanos y dólares estadounidenses incautados. Se detalla de forma escrita la cantidad de dinero incautado en una fecha determinada
Número de repeticiones	20
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Operativos conjuntos. Incautación de dinero sucio. El jueves 15 de marzo en la Ciudad de México se localizaron e incautaron cerca de 2500 millones de pesos en efectivo, la mayor cantidad de dinero sucio incautado en la historia del mundo. Una tercera parte se destinará a la impartición de justicia, otro tercio para el equipamiento policiaco, el resto a programas de prevención. Este dinero ya no será utilizado para traficar con drogas. Ya no podrá dañar a tus hijos. Gobierno de la República</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: la utilización constante de planos de detalle no permite definir una locación particular, se observa solo que las imágenes son grabadas en interiores ➤ Personajes: no se distinguen personajes. Se observan diferentes pares de manos manipulando dinero ➤ Iluminación: tenue y constante a lo largo del spot ➤ Banda sonora: utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar textos sobrepuestos y el movimiento de objetos en las cortinillas de inicio y cierre del spot. Empleo de música electrónica de fondo ➤ Montaje: utilización de imágenes de archivo en las que se observan diferentes pares de manos manipulando dinero. Utilización de planos de detalle para mostrar grandes cantidades de dinero 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La palabra dinero es repetida 3 veces y sucio 2
- Se transmite la idea de que el dinero mostrado en pantalla podría haberse usado para traficar drogas, que podrían haber dañado a tus hijos
- Se hace énfasis en la cantidad específica de dinero incautado en un periodo determinado mediante el uso de textos sobreimpresos

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se explica que dinero incautado será usado para impartición de justicia, equipamiento policiaco y programas de prevención
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (el dinero incautado no podrá dañar a tus hijos)
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico

Otros comentarios y observaciones

- A pesar de que la narración habla sobre la incautación de cerca de 2500 millones de pesos en efectivo, las imágenes no muestran pesos sino dólares estadounidenses

Spot nº 8

Información general	
Nombre del spot	Detención de Narcos
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos que muestra una secuencia de imágenes en la que se observa a diversos policías escoltando a supuestos delincuentes detenidos. Los supuestos delincuentes se encuentran esposados y muestran una actitud sumisa. Se detalla de forma escrita la cantidad de presuntos delincuentes detenidos en un periodo de tiempo determinado
Número de repeticiones	30
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Operativos conjuntos. Detención de delincuentes. Otro de los resultados de los operativos conjuntos de seguridad que tienen lugar en diferentes puntos del país ha sido la detención de delincuentes involucrados con el narcotráfico. Con cada delincuente detenido disminuye el peligro en las calles, es menor el riesgo para tus hijos. Gobierno de la República</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: interiores y oficinas ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por hombres jóvenes detenidos ➤ Iluminación: sombría. Utilización de un filtro en las secuencias empleadas que oscurece las esquinas de la pantalla ➤ Banda sonora: utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar textos sobrepuestos y el movimiento de objetos en las cortinillas de inicio y cierre del spot. Empleo de música electrónica de fondo ➤ Montaje: Utilización de imágenes de archivo. Destaca el uso de planos americanos que muestran a presuntos delincuentes esposados y siendo escoltados 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las frases operativos conjuntos y detención de delincuentes son repetidas 2 veces cada 	

una

- La palabra delincuente se repite 3 veces a lo largo del spot
- Se transmite la idea de que los delincuentes detenidos mostrados en el spot podrían haber dañado directamente a tus hijos
- Se hace énfasis en la cantidad específica de delincuentes detenidos en un periodo de tiempo determinado mediante el uso de textos sobreimpresos

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (con cada delincuente detenido es menor el riesgo para tus hijos)
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico
 - Los detenidos son mostrados sometidos
 - Se observan policías fuertemente equipados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 9

Información general	
Nombre del spot	Familia
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra a una familia (compuesta por la madre, el padre, un hijo de unos 12 años y 2 hijas mejores que él) sentada frente al televisor en la sala de su hogar. El hijo y los padres observan la televisión que muestra imágenes de la detención de un presunto delincuente, mientras que las hijas hacen sus deberes en una mesilla. El padre se queja de "la lucha" mientras que la madre asiente y asegura que hay mucha violencia; acto seguido, el hijo justifica la detención de los delincuentes debido a que "son narcos", una de las hijas y el padre asienten. La misma hija expresa que le gustaría que atraparan a "los que las molestan y les quieren vender drogas afuera de su escuela"; la otra hija asiente. Los padres se voltean a ver uno al otro, pensativos y angustiados. Una voz en off explica la razón del combate al narcotráfico y en la escena final, se muestra a los padres, saliendo de una habitación de la casa, el padre le asegura a la madre que la situación es difícil, pero que por los hijos vale la pena
Número de repeticiones	98

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off televisión: *Durante el operativo se logró la captura...*

Padre: *Hijole, está muy difícil la lucha*

Madre: *Sí, ¡cuánta violencia!*

Hijo: *Pus, es que son narcos y 'ora si los tan agarrando, ¿no?*

Padre: *No pus si mijo*

Hijo: *¿Y eso es bueno, no, pa?*

Hija: *¡Ay, ojalá y atrapen a los que nos molestan y nos quieren vender drogas afuera de la escuela!*

Voz en off: *El Gobierno Federal combate al narcotráfico para que la droga no llegue a tus hijos*

Padre: *Sí, está difícil, pero por ellos vale la pena*

Voz en off: *Gobierno de la República*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: sala de estar de una vivienda
- Personajes: sociedad civil representada por un matrimonio de mediana edad y sus tres hijos (un niño de unos 12 años y dos niñas más pequeñas)
- Iluminación: artificial, clara y constante a lo largo del spot
- Banda sonora: sonido ambiente, se escucha el sonido de un programa de noticias en un televisor de fondo. En la segunda parte del spot se emplea música de piano. No se emplean efectos sonoros
- Montaje: destaca el uso de primeros planos que permiten observar las emociones de los personajes

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se transmite la idea de que es "bueno" que se esté atrapando a "narcos"
- Se relaciona la palabra combate con la palabra difícil
- Primera apelación a la violencia por parte de la ciudadanía
- Se transmite angustia por parte de los padres

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos / por ellos vale la pena)
 - Se utiliza a niños para justificar la estrategia de combate al narcotráfico
 - Se afirma que "es bueno" que se esté atrapando a "los narcos"
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico

Otros comentarios y observaciones

- Los padres son mostrados en un primer término pensativos y no conformes con la estrategia de combate, incluso se quejan de la violencia, mientras que los niños aparecen felices y convencidos de la estrategia. Posteriormente se muestra que los padres han cambiado de opinión y ahora afirman que la lucha vale la pena por los hijos
- Resulta poco creíble que dos niñas tan pequeñas afirmen que hay personas que las molestan y les quieren vender drogas afuera de su escuela

Spot nº 10

Información general	
Nombre del spot	Retén
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra a una familia (compuesta por la madre, el padre, un hijo y una hija pequeños) al interior de un vehículo antiguo aproximarse a un retén en una carretera. En la siguiente escena la familia está fuera de su vehículo y un policía o soldado inspecciona el maletero del coche, tras concluir, agradece al padre por su cooperación y la familia se dispone a ingresar al vehículo. La hija se suelta de la mano de su madre y corre hacia donde está el policía/soldado, cuando llega a donde está él, le regala su muñeca y le toma la mano, mientras le sonríe. La niña regresa al coche y el policía se queda sorprendido. Una vez dentro del vehículo, la madre le pregunta a la niña por qué le regaló su muñeca, a lo que ella responde: "porque nos cuida". Los padres se voltean a ver pensativos y sorprendidos
Número de repeticiones	103

Fotograma



Transcripción (palabra)

Madre: *¿Y 'ora, qué pasa?*

Padre: *Es un retén, yo creo que por eso de los operativos*

Madre: *Mmm*

Voz en off radio: *Aunque dos miembros del ejército perdieron la vida...*

Padre: *Gracias*

Militar: *Disculpe las molestias*

Madre: *Oye, y ¿por qué le regalaste la muñeca?*

Hija: *Porque nos cuida*

Voz en off: *El Gobierno Federal combate el narcotráfico para que la droga no llegue a tus hijos.
Gobierno de la República*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interior de un automóvil antiguo y carretera en un paraje desértico

- Personajes: sociedad civil representada por un matrimonio de mediana edad, un niño y una niña pequeña, fuerzas armadas representadas por varones jóvenes uniformados, no se puede determinar si son soldados o policías, no portan armas
- Iluminación: natural, clara y constante a lo largo del spot
- Banda sonora: sonido ambiente, se escucha la transmisión de un noticiero en la radio del automóvil. En la segunda parte del spot se hace uso de música de piano. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre del spot
- Montaje: destaca el uso de primeros planos que permiten observar las emociones de los personajes

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Asociación de la idea de cuidado con las fuerzas armadas
- El padre agradece al policía/soldado por haberle revisado el coche
- El policía/soldado se disculpa por las molestias ocasionadas

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)
 - Se utiliza a niños para justificar la estrategia de combate al narcotráfico
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico
 - Se muestra a las fuerzas armadas como protectores de la ciudadanía, la niña que aparece en el spot afirma que "nos cuidan"

Otros comentarios y observaciones

- El retén escenificado resulta irreal. Los supuestos militares/policías no portan armas y tienen una actitud muy amable y relajada. En los retenes reales en México los soldados van fuertemente armados, se muestran a la defensiva y se utilizan perros para rastrear drogas, entre otras cosas. Una imagen de un retén real en México puede ser observada en el siguiente fotograma obtenido del spot nº 107



Spot nº 11

Información general	
Nombre del spot	Escuela segura
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos en el que una voz en off habla mientras se observa la siguiente secuencia de imágenes: una serie de niños y niñas alegres saludándose; policías cuidando el ingreso a las escuelas; grupos de trabajo entre padres y maestros sobre las drogas; profesores revisando el contenido de las mochilas de los estudiantes y médicos revisando la salud de niños en edad escolar. El spot cierra con la frase escrita: limpiemos México
Número de repeticiones	112

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Limpiemos México para que la droga no llegue a tus hijos. Primero serán las escuelas, con vigilancia para evitar que la droga entre y acciones preventivas decididas entre padres y maestros, como talleres sobre las consecuencias del uso de drogas, revisión de mochilas exámenes integrales de salud y rehabilitación a los niños y jóvenes que sean víctimas de adicciones. Limpiemos México. Gobierno de la República*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interiores y exteriores de una escuela
- Personajes: sociedad civil representada por niños y niñas, padres, madres, maestros, maestras y otros profesionales
- Iluminación: clara y constante a lo largo del spot
- Banda sonora: música electrónica de fondo. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre del spot
- Montaje: destaca el uso de primeros planos que permiten observar las emociones de los personajes

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La frase limpiemos México es repetida 2 veces

- La palabra droga se repite 3 veces
- Debido a la repetición de la idea de "limpiar México" y de la palabra drogas, se transmite el mensaje de que la limpieza ha de ser de drogas, si bien éstas no aparecen visualmente en ningún momento
- La idea de "limpiar México" es transmitida con fuerza en el spot, se menciona al abrir y cerrar el mismo y se muestra en pantalla mediante un texto sobreimpreso

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Fomento de acciones preventivas contra el consumo de drogas
 - Presentación de una estrategia integral en escuelas contra el consumo de drogas
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 12

Información general	
Nombre del spot	Limpieza
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos en el que una voz en off habla mientras se observa la siguiente secuencia de imágenes: diferentes familias felices disfrutando de un parque público; diferentes personas cuidando de ese espacio público (recogiendo basura, pintando las áreas deportivas); una familia haciendo un picnic; jóvenes jugando al baloncesto; niños jugando en un tobogán; profesores revisando el contenido de las mochilas de los estudiantes; médicos revisando la salud de niños en edad escolar; familias sonriendo y sembrando plantas. El spot cierra con la frase escrita: limpiemos México
Número de repeticiones	67
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Limpiemos México para que la droga no llegue a tus hijos. Como parte de la estrategia nacional de seguridad, el Gobierno Federal en colaboración con los gobiernos locales está decidido a recuperar para nuestras familias los espacios que hoy están en manos de la delincuencia. Las zonas en recuperación serán: las escuelas para limpiarlas de las drogas y las plazas y espacios públicos de tu colonia para que nuestros hijos puedan salir a jugar con libertad. Tendremos además clínicas de prevención y rehabilitación, zonas en recuperación. Limpiemos México. Gobierno de la República</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: principalmente exteriores de plazas, parques y escuelas ➤ Personajes: sociedad civil representada por hombres, mujeres, niños y niñas de diversas edades ➤ Iluminación: natural, clara y constante a lo largo del spot ➤ Banda sonora: música electrónica de fondo. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre del spot ➤ Montaje: planos medios y generales que permiten ver las actividades cotidianas que realizan los personajes 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La frase limpiemos México es repetida 2 veces
- La palabra droga se repite 2 veces
- Debido a la repetición de la idea de "limpiar México" y de la palabra drogas, se transmite el mensaje de que la limpieza ha de ser de drogas, si bien éstas no aparecen visualmente en ningún momento
- La idea de "limpiar México" es transmitida con fuerza en el spot, se menciona al abrir y cerrar el mismo y se muestra en pantalla mediante un texto sobreimpreso

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Trabajo conjunto del Gobierno Federal y Gobiernos locales para recuperar espacio públicos
 - Se muestra a familias jugando y disfrutando en espacios públicos, se promueve la convivencia
 - Se informa sobre clínicas de prevención y rehabilitación
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 13

Información general	
Nombre del spot	Resultados decomisos
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos con el siguiente contenido: en una primera escena se muestran imágenes de un accidente aéreo y de un decomiso de cocaína; en la segunda escena se observa a elementos del ejército mexicano inspeccionando droga decomisada y llevando a cabo ejercicios de combate; posteriormente se muestra a diversos militares inspeccionando decomisos de droga y a un par de sujetos escoltando a un supuesto detenido. La imagen final es de una pequeña niña jugando con su triciclo en un parque público
Número de repeticiones	40
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: 24 de septiembre de 2007, un avión proveniente de Colombia es detectado al ingresar a territorio nacional, se le ordena aterrizar pero cambia de rumbo y se estrella en Yucatán. Su cargamento: 3.3 toneladas de cocaína. 5 de octubre de 2007, se localiza un contenedor del Cártel del Golfo y el Ejército Mexicano se enfrenta a los delincuentes que lo custodiaban. Resultado: 12 toneladas de cocaína, el decomiso más grande de la historia. Más de 45 millones de dosis con un valor de 122 millones de dólares arrebatados al narco. Seguimos trabajando para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno de la República</p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: principalmente exteriores, parajes naturales y calles públicas ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por soldados y policías uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por hombres jóvenes detenidos. Sociedad civil representada por una niña pequeña jugando ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot. Uso de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla ➤ Banda sonora: música electrónica que connota suspenso. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar los textos sobreimpresos y los objetos que aparecen en las cortinillas de apertura y cierre del spot ➤ Montaje: uso de imágenes de archivo, constante uso de planos medios. Destaca el uso 	

de planos de detalle hacia el final del spot que muestran drogas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Utilización precisa de fechas y cifras de decomisos y detenciones que se ve reforzada con el empleo de textos sobrepuestos

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos y a través de la secuencia final de imágenes)
 - Se muestra a soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 14

Información general	
Nombre del spot	Resultados detenciones
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra a una serie de policías y militares llevando a cabo ejercicios profesionales y escoltando a presuntos detenidos, que aparecen esposados y sumisos. Posteriormente se muestran primeros planos de diversos delincuentes detenidos. El spot cierra con la imagen de 3 niños sobre un vehículo a pedales que sonríen y saludan a la cámara
Número de repeticiones	39
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Estrategia nacional de seguridad, objetivo: capturar a miembros de organizaciones criminales y recuperar los espacios públicos para las familias. Resultados: en 10 meses los operativos han logrado la consignación de once mil presuntos narcotraficantes, narcomenudistas, operadores, sicarios y líderes de diferentes cárteles. Estas capturas son un fuerte golpe a la delincuencia organizada y disminuye la presencia de envenenadores y asesinos en las calles. Seguimos trabajando para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno de la República</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: principalmente calles públicas y oficinas ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por soldados y policías uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por hombres jóvenes detenidos. Se observa la imagen de una mujer de mediana edad detenida. Sociedad civil representada por niños pequeños jugando ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot. Uso de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla ➤ Banda sonora: música electrónica que connota acción. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar los textos sobreimpresos y los objetos que aparecen en las cortinillas de apertura y cierre del spot ➤ Montaje: uso de imágenes de archivo, destaca el uso de primeros planos para mostrar el rostro de presuntos delincuentes detenidos 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Uso de terminología con carga negativa para referirse a los presuntos delincuentes (envenenadores, asesinos)
- Uso de terminología agresiva para referirse a los resultados obtenidos: un fuerte golpe a la delincuencia organizada

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos y a través de la secuencia final de imágenes)
 - Se muestra a soldados fuertemente armados llevando a cabo operativos y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 15

Información general	
Nombre del spot	Cooperación internacional
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que abre con una imagen del planeta tierra y va haciendo zoom en la región de México, posteriormente se muestran imágenes alternadas de militares y policías en acción, así como de funcionarios llevando a cabo labores de inteligencia en oficinas; aparecen también diversos primeros planos a armamento y equipamiento militar y policiaco e imágenes de presuntos detenidos. El spot cierra con una secuencia mostrada en el spot nº6 de una madre dejando a su hija en la escuela
Número de repeticiones	20
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>El crimen organizado no conoce fronteras. Para complementar los esfuerzos del Gobierno Federal en el combate al narcotráfico y el crimen organizado, el Presidente Felipe Calderón ha impulsado esquemas de cooperación internacional como la Iniciativa Mérida; un acuerdo entre México y Estados Unidos que permitirá combatir el tráfico de armas hacia nuestro país y transferir tecnología de punta para la lucha contra las organizaciones criminales en ambos lados de la frontera. Con esta iniciativa, México da un paso más en la lucha contra el crimen organizado. El objetivo: que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno de la república</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: principalmente calles públicas y oficinas ➤ Personajes: elementos de las fuerzas armadas representados por policías y soldados uniformados y armados, se observa también a personal en oficinas. Presuntos delincuentes representados por varones jóvenes. Sociedad civil representada por una madre y su hija ➤ Iluminación: oscura a lo largo del spot ➤ Banda sonora: música electrónica que connota acción. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar los textos sobreimpresos y los objetos que aparecen en las cortinillas de apertura y cierre del spot ➤ Montaje: utilización de imágenes de archivo. No se destaca el uso de un plano en 	

particular sobre el resto
Elementos clave de la estrategia comunicativa
<ul style="list-style-type: none">➤ La palabra crimen se repite tres veces y lucha dos➤ Al asegurar que "México da un paso más en la lucha contra el crimen organizado", se informa de manera implícita que se han dado pasos previos ya (que se está avanzando)
Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia
<ul style="list-style-type: none">▪ Culturas de paz<ul style="list-style-type: none">➤ No se observan▪ Cultura de violencia<ul style="list-style-type: none">➤ Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos y a través de la secuencia final de imágenes)➤ Se muestra a soldados y policías fuertemente armados llevando a cabo operativos y a presuntos delincuentes sometidos➤ Se observa gran cantidad de armamento y equipamiento (armas largas, helicópteros de combate, etc.)➤ Justificación de la estrategia de combate
Otros comentarios y observaciones
<ul style="list-style-type: none">➤ Único spot del universo analizado que hace referencia a la Iniciativa Mérida.➤ No se aborda la complejidad intrínseca de la Iniciativa Mérida, el spot se limita a proporcionar información superficial➤ Haciendo uso de terminología genérica como "transferencia de tecnología de punta para la lucha contra las organizaciones criminales" se omite decir que los Estados Unidos proporcionó gran cantidad de armamento a México, por ejemplo.

Spot nº 16

Información general	
Nombre del spot	Globos 1
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos realizado en blanco y negro con un fondo musical lúgubre en el que se muestra a diferentes niños portando globos de color blanco; algunos de esos niños reciben droga por parte de adultos y en ese momento sueltan el globo que estaban sujetando, mismo que se eleva al cielo. En la escena final un niño recibe una papalina de droga y suelta su globo, pero una mujer llega a tiempo para evitar que éste se escape; regresa el globo a la mano del niño y se lo lleva con ella, al tiempo que mira con enojo y desprecio al sujeto que le había entregado la droga al menor
Número de repeticiones	179

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Cuando un niño cae en las drogas, se pierde una esperanza. En México cada año miles de niños y jóvenes caen en las drogas. Trabajemos juntos para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno de la República*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: calles de una ciudad
- Personajes: sociedad civil representada principalmente por niños/as y adultos de mediana edad. Presuntos delincuentes representados por dos hombres y una mujer jóvenes
- Iluminación: sombría a lo largo del spot. Se utilizan siempre imágenes en blanco y negro con excepción de la cortinilla de cierre
- Banda sonora: música de piano de fondo que connota tristeza. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar los globos y los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre del spot
- Montaje: destaca el uso de primeros planos que permiten observar las emociones de los personajes, y de planos de detalle a drogas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- El hecho de mostrar la mayor parte de las escenas (menos la cortinilla final) en tonos de grises, aunado a la banda sonora empleada, hace que el spot connote tristeza
- Empleo de globos blancos para significar que un niño ha caído en las drogas y al mismo tiempo, que hay esperanza, evitando que otros niños se hagan adictos

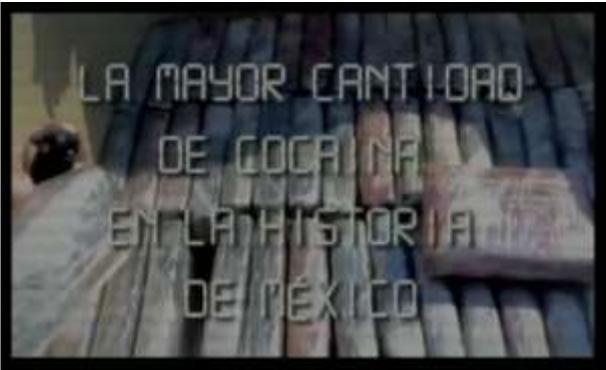
Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se aborda la problemática de la drogadicción infantil y juvenil
 - Al contrario de los spots previos donde se afirma que el Gobierno trabaja para que la droga no llegue a los hijos, en este spot se invita a la ciudadanía a trabajar juntos para evitarlo
 - Se proporciona un teléfono para orientación sobre las adicciones
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico

Otros comentarios y observaciones

- La frase "cada año miles de niños y jóvenes caen en las drogas", aunada al recurso de los globos empleado, transmite que son una enorme cantidad los niños que se vuelven adictos
- La frase "cuando un niño cae en las drogas, se pierde una esperanza" resulta incompleta, inacabada. ¿Una esperanza de qué?
- Tomando en cuenta el recurso del globo para ejemplificar un niño que se vuelve adicto, resulta exagerada la cantidad de globos empleada. En un plano aéreo general se pueden contar hasta 19 globos (19 supuestos niños adictos) en un área geográfica muy reducida

Spot nº 17

Información general	
Nombre del spot	Decomiso cocaína octubre
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra a diferentes elementos de las fuerzas armadas mexicanas llevando a cabo decomisos de drogas, la mayor parte de ellos ambientados en puertos. El spot cierra mostrando a varios soldados descendiendo de una aeronave y portando armas de asalto y a un niño pequeño corriendo sonriente
Número de repeticiones	29
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: 5 de octubre de 2007, Tampico Tamaulipas. Elementos de la SEDENA aseguran más de 11 toneladas de cocaína en una bodega. 30 de octubre de 2007, Manzanillo, Colima. Gracias a las labores de las Secretarías de Marina, Defensa, Seguridad Pública, PGR y la Administración General de Aduanas, fueron aseguradas otras 23 toneladas provenientes de Colombia en un barco con bandera de Hong Kong. En octubre aseguramos la mayor cantidad de cocaína en la historia de México. Más de 35 toneladas. El gobierno trabaja para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno de la República</p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: exteriores, principalmente se observan escenas filmadas en un puerto ➤ Personajes: Soldados uniformados y armados representando a las fuerzas armadas. Sociedad civil representada por un niño pequeño jugando. Se observa también a varios funcionarios en labores de oficina ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot ➤ Banda sonora: música electrónica que connota acción. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar los textos sobreimpresos y los objetos que aparecen en las cortinillas de apertura y cierre del spot ➤ Montaje: utilización de imágenes de archivo. Destaca el gran zoom a drogas y armamentos 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Con el empleo de palabras como más o mayor (más de 11 toneladas, otras 23 toneladas, la mayor cantidad de cocaína de la historia de México, más de 35 toneladas), el spot transmite que se están decomisando cantidades de drogas sin precedente en México
- Amplio tiempo en pantalla de imágenes de policías y soldados fuertemente armados

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos y a través de la secuencia final de imágenes)
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados
 - Justificación de la estrategia de combate al narcotráfico a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 18

Información general	
Nombre del spot	Globos 2
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos muy similar al nº 16, realizado en blanco y negro con un fondo musical lúgubre en el que se muestra a diferentes niños y jóvenes portando globos de color blanco; tras recibir droga, sueltan el globo que estaban sujetando, mismo que se eleva al cielo. La escena final es la misma que en spot nº16; una mujer llega a tiempo para evitar que un globo se escape; regresa el globo a la mano de un niño y se lo lleva con ella, al tiempo que mira con enojo y desprecio a un sujeto
Número de repeticiones	82

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Cuantos sueños e ilusiones se nos escapan cuando un hijo cae en las drogas. En México cada año miles de niños y jóvenes se vuelven adictos. El gobierno trabaja para que la droga no llegue a tus hijos. Tu ayuda es importante. Gobierno de la República*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: calles de una ciudad
- Personajes: sociedad civil representada principalmente por niños/as, jóvenes y adultos de mediana edad
- Iluminación: sombría a lo largo del spot. Se utilizan siempre imágenes en blanco y negro con excepción de la cortinilla de cierre
- Banda sonora: música de piano de fondo que connota tristeza. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar los globos y los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre del spot
- Montaje: destaca el uso de primeros planos que permiten observar las emociones de los personajes

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La narrativa "cada año miles de niños y jóvenes caen en las drogas", aunada al recurso de los globos empleado, transmite que son una enorme cantidad los niños que se vuelven adictos
- El hecho de mostrar la mayor parte de las escenas (menos la cortinilla final) en tonos de grises, aunado a la musicalización empleada, hace que el spot connote tristeza

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se aborda la problemática de la drogadicción infantil y juvenil
 - Se afirma que la ayuda de la ciudadanía es importante para evitar que la droga llegue a los hijos.
 - Se proporciona un teléfono para orientación sobre las adicciones
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico

Otros comentarios y observaciones

- Empleo de globos blancos para significar que un niño ha caído en las drogas y al mismo tiempo, que hay esperanza, evitando que otros niños se hagan adictos
- Tomando en cuenta el recurso del globo para ejemplificar un niño que se vuelve adicto, resulta exagerada la cantidad de globos empleada. En un plano aéreo general se pueden contar hasta 19 globos (19 supuestos niños adictos) en un área geográfica muy reducida

Spot nº 19

Información general	
Nombre del spot	Recuento seguridad II
Campaña	Mensajes a la ciudadanía y cultura cívica.
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración. Todas las imágenes mostradas en él ya habían sido previamente utilizadas en spots anteriores. Estas imágenes pueden agruparse en 3 grupos: familias y niños jugando; primeros planos a policías y funcionarios haciendo su trabajo e incautaciones de dinero y droga. El spot cierra con la imagen de la niña regalando su muñeca al soldado mostrada en el spot nº 10
Número de repeticiones	113

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Un año de gobierno. Estrategia nacional de seguridad, operativos conjuntos para recobrar espacios que estaban en manos de la delincuencia y brindar seguridad a los mexicanos. Programa limpiemos México, zonas en recuperación, como escuelas seguras, recuperación de espacios públicos y clínicas contra las adicciones. Nuevo modelo de la policía federal, alta capacitación e inteligencia a la policía. Resultados: la incautación de dinero sucio y los decomisos de droga más grandes en la Historia. Un año de gobierno. El objetivo: que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno de la República*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: principalmente exteriores, calles y plazas públicas
- Personajes: sociedad civil representada principalmente por niños/as, jóvenes y adultos de distintas edades. Fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados y en oficinas. Presuntos delincuentes representados por un varón joven
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: música electrónica de fondo. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar los textos sobreimpresos y los objetos que aparecen en las cortinillas de inicio y cierre del spot
- Montaje: utilización de imágenes de archivo, destaca el uso de planos de detalle a drogas y dinero

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Grandes afirmaciones incompletas: el spot afirma que se ha logrado la incautación de dinero sucio y los decomisos de droga más grandes en la historia, pero no especifica si se refiere a la historia de México
- Dando por hecho de que la frase anterior hace referencia la historia de México, esta afirmación tendría de ser puesta en perspectiva
- A modo de resumen anual, el spot hace uso de secuencias de imágenes utilizadas en spots anteriores para transmitir la idea de que se han solucionado problemáticas presentadas en spots previos

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Aborda la recuperación de espacios públicos
 - Promueve las clínicas contra las adicciones
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos, se muestra la secuencia de imágenes donde una niña pequeña regala su muñeca a un soldado)
 - Justificación de la estrategia de combate al narcotráfico a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 20

Información general	
Nombre del spot	Seguridad
Campaña	Informes del ejercicio de gobierno
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos ambientado en una zona de clase socioeconómica baja, en él se muestra a una mujer saliendo de su casa y caminando hasta una parada de autobús. En el recorrido la mujer puede observar a un grupo de sujetos molestando a un menor, presumiblemente incitándolo a consumir droga. El spot cierra con una joven descendiendo del autobús que besa a la mujer, la toma del brazo y ambas se van juntas
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Rosa sabe que en el camino a la escuela de su hija hay bandas que venden drogas. Está preocupada por su seguridad. Pero sabe que el Gobierno Federal ha puesto en marcha operativos y programas para limpiar de droga y delincuentes las escuelas y las plazas. Falta camino por recorrer, pero unidos lo estamos logrando. Primer informe de gobierno</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: calles de una localidad de clase socioeconómica baja ➤ Personajes: Sociedad civil representada por una madre, su hija y un niño pequeño. Presuntos delincuentes representados por cinco varones jóvenes ➤ Iluminación: natural y clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: sonido ambiente de la calle. No se utiliza música ni efectos sonoros ➤ Montaje: principalmente planos generales que permiten observar todo lo que acontece en pantalla 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El spot afirma que hay preocupación en la ciudadanía por el tema del narcotráfico ➤ Se señala de manera explícita que se está avanzando en el camino trazado (combate al narcotráfico) 	

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se afirma que falta camino por recorrer en cuanto al combate al narcotráfico pero que unidos (ciudadanía y Gobierno) se está logrando
- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

- En un país con gran cantidad de gente empobrecida, resulta interesante que la historia mostrada en el spot se desarrolle en un barrio de clase humilde, característica que no se observa en otras comunicaciones publicitarias
- Destaca la pasividad de la mujer ante el acoso de los supuestos narcotraficantes hacia el niño... Si Rosa "sabe que el Gobierno Federal ha puesto en marcha operativos y programas para limpiar de droga y delincuentes las escuelas y las plazas", ¿por qué no reacciona, llama a la policía, los denuncia?

Spot nº 21

Información general	
Nombre del spot	Post informe seguridad
Campaña	Informes del ejercicio de gobierno
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos en el que se muestra un plano general de un auditorio en el que el Presidente Felipe Calderón habla desde un presidio. Mientas se escucha su voz de fondo pueden observarse imágenes de policías entrenando, equipamiento policial y niños y jóvenes jugando. El spot cierra con la imagen del niño corriendo sonriente mostrada en el spot nº 17
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Primer informe de gobierno*

Presidente Felipe Calderón: *Cuando asumí la presidencia encontré una delicada situación en materia de seguridad pública. Hemos emprendido una lucha frontal contra la violencia y el crimen organizado. Luchamos para que nuestras familias, nuestros hijos, las mujeres y en general todos los mexicanos transitemos sin temor por las calles, por los caminos, por los pueblos y ciudades de México*

Voz en off: *Gobierno de la República*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: principalmente exteriores, ya sea calles públicas o espacios abiertos donde se muestran vehículos policiales
- Personajes: Presidente Felipe Calderón, fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados, sociedad civil representada por niños/as y jóvenes
- Iluminación: natural y clara a lo largo del spot con excepción de la primera secuencia de imágenes grabadas al interior de un auditorio
- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en las cortinillas de inicio y cierre del spot
- Montaje: utilización de imágenes de archivo. No destaca un plano en particular por su utilización sobre el resto

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma de manera implícita que la sociedad mexicana transitaba con temor por los pueblos y ciudades de México (debido a la supuesta delicada situación en materia de de seguridad pública de la que habla es spot), por lo que era necesario emprender una "lucha frontal" contra la violencia. Con ello se propone la utilización de la violencia directa para hacer frente a la violencia directa

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicóptero de combate)
 - Justificación de la estrategia de combate al narcotráfico (Luchamos por que nuestras familias [...] transiten sin temor por los pueblos y ciudades de México)

Otros comentarios y observaciones

- Felipe Calderón afirma que encontró una delicada situación en materia de seguridad pública cuando asumió la presidencia. Esta afirmación ha de ser matizada

Spot nº 22

Información general	
Nombre del spot	Detenciones enero
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra principalmente imágenes de la presentación de Alfredo Beltrán Leyva y sus cómplices después de su aprehensión, quienes son escoltados por soldados fuertemente armados; se muestran también sus fichas de ingreso a prisión así como diversas imágenes varias de aseguramientos de drogas y dinero. El spot cierra con un primer plano de un niño y una niña pequeños sonriendo a la cámara
Número de repeticiones	272

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: 21 de enero de 2008. Como resultado de la estrategia nacional de seguridad, el ejército mexicano detiene en Culiacán, Sinaloa a Alfredo Beltrán Leyva, uno de los líderes del Cártel de Sinaloa y uno de los narcotraficantes más buscados del país. Junto con sus cómplices, Beltrán Leyva controlaba a peligrosos grupos de sicarios en distintos Estados de la República y dirigía operaciones de transporte de droga y lavado de dinero. Combatimos el narcotráfico y el crimen organizado para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno de la República

Imagen y sonido

- Puesta en escena: principalmente exteriores, la mayoría de las veces espacios abiertos donde se observan aeronaves de combate
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y fuertemente armados. Presuntos delincuentes representados por hombres de mediana edad esposados y sometidos. Sociedad civil representada por niños pequeños
- Iluminación: clara a lo largo de todo el spot
- Banda sonora: utilización de música electrónica de fondo. Destaca la constante utilización de efectos sonoros creados por ordenador para sonorizar textos sobrepuestos, transiciones de objetos y los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre del spot
- Montaje: utilización de imágenes de archivo. Destaca el uso de planos medios que permiten observar a presuntos delincuentes esposados y sometidos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se asocia la palabra sicarios con peligrosos
- Se muestra a gran cantidad de soldados fuertemente armados y equipamiento de combate. Los detenidos son presentados sometidos. La cantidad de elementos que escoltan a los detenidos resulta desproporcionada, considerando que los delincuentes están esposados
- Los efectos sonoros, musicalización y rapidez de las imágenes connotan acción

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos y con la secuencia de imágenes final)
 - Justificación de la estrategia a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 23

Información general	
Nombre del spot	Gráficas
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que abre con distintas imágenes de policías y militares entrenando, posteriormente se muestra a presuntos delincuentes detenidos, esposados y sumisos; tras ello, aparece una gráfica para ilustrar la cantidad de droga decomisada en un periodo de tiempo determinado, con imágenes de decomisos de fondo; posteriormente se observa la misma gráfica pero esta vez con datos de decomisos de armas y armamento de fondo y finalmente la misma gráfica pero con datos sobre incautación de dinero, con sus correspondientes imágenes de dinero asegurado de fondo. El spot cierra con imágenes de niños y familias sonriendo a la cámara
Número de repeticiones	28
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Cuando decidimos combatir de frente al crimen organizado sabíamos que sería una lucha larga y difícil, pero estábamos seguros de que habría resultados. 55.1 toneladas de cocaína y 2805 toneladas de marihuana incautadas, más de 16 mil armas aseguradas al narcotráfico, el mayor decomiso en más de 20 años. Más de 260 millones de dólares incautados, el mayor decomiso de dinero en la Historia. Estas son las cifras, pero los resultados que queremos alcanzar son tu tranquilidad y tu seguridad. Que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de diversas imágenes de archivo de todo tipo: exteriores, interiores, gráficos, etc. ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por hombres jóvenes detenidos. Sociedad civil representada por niños/as y familias ➤ Iluminación: tenue a lo largo de todo el spot con excepción de la parte final donde aparecen miembros de la sociedad civil y la iluminación es intensa 	

- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonORIZAR los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre del spot y los textos sobreimpresos
- Montaje: utilización de imágenes de archivo con diversos planos. Destaca la utilización de gráficos por primera vez en los spots estudiados

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se asocia la palabra lucha con "larga" y "difícil"
- Se dice de manera implícita que la sociedad está intranquila e insegura
- Al hablar de que se ha logrado el mayor decomiso de armas en 20 años y el mayor decomiso de dinero en la historia, no se especifica si las cifras hacen referencia sólo a México o a nivel mundial. Dando por hecho que se refirieran a México, habría que matizar esas cifras

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos y con la secuencia de imágenes final)
 - Justificación de la estrategia a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

- Las gráficas mostradas en el spot son iguales entre sí a pesar de que las cifras que representan son distintas

Spot nº 24

Información general	
Nombre del spot	Centro de mando
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos en el que se muestran distintas imágenes del centro de mando de la policía federal; en el spot se pueden apreciar dos momentos, en el primero de ellos las imágenes recurrentes muestran a funcionarios públicos llevando a cabo tareas de oficina, mientras que en la segunda parte predominan imágenes de policías entrenando y llevando a cabo operativos. El spot cierra con un plano general de una bodega de la policía federal donde se puede observar gran cantidad de vehículos y aeronaves
Número de repeticiones	168

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Más tecnología, más inteligencia, mejor capacitación. El Gobierno Federal puso en marcha el centro de mando de la policía federal en la Ciudad de México, un centro estratégico que da a la policía federal ventaja operativa y de reacción para combatir al crimen organizado. Hoy la policía federal se fortalece para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: escenas entrelazadas de espacios abiertos donde se observa gran cantidad de vehículos policiacos y escenas de trabajo en oficinas
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías llevando a cabo labores de oficina y por elementos uniformados y armados. Presuntos criminales representados por hombres jóvenes esposados y escoltados
- Iluminación: tenue a lo largo del spot
- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Utilización de efectos para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (helicópteros, disparos)
- Montaje: utilización de diversas imágenes de archivo con planos principalmente generales y medios

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Spot repleto de palabras con carga positiva para referirse a la policía federal: tecnología, inteligencia, capacitación, estrategia, ventaja operativa y de reacción
- El spot afirma que la Policía Federal cuenta con más ventajas operativas y de reacción gracias al centro de mando y a la tecnología, inteligencia y capacitación. Sin embargo, cuando se afirma que la policía se fortalece, la secuencia que se muestra es la de un grupo de policías fuertemente armados junto a equipamiento de combate (vehículos terrestres, helicópteros), con lo cual se relaciona la fuerza con el armamento

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos.
 - Se observa equipamiento de alto poder (numerosos helicópteros de combate, vehículos blindados, patrullas, etc.)
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 25

Información general	
Nombre del spot	Mini submarino
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos que muestra imágenes de un operativo realizado en alta mar donde se incautó cocaína y se detuvo a 4 presuntos delincuentes. En el spot predominan las imágenes de vehículos militares de alto poder, como helicópteros y buques; aparece también un soldado vigilando con una ametralladora montada sobre un barco. El spot cierra con la silueta de un soldado portando un fusil de asalto en un atardecer
Número de repeticiones	96

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *16 de julio de 2008, se detecta en las costas de Oaxaca un mini submarino sospechoso. La Armada de México a través de un operativo logra interceptar a la nave. A bordo más de 5 toneladas de cocaína y 4 presuntos narcotraficantes procedentes de Colombia. En mar y tierra seguimos trabajando para que la droga no llegue a tus hijos. Vivir mejor. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: exteriores, principalmente de vehículos marítimos en altamar
- Personajes: fuerzas armadas representadas por soldados uniformados y fuertemente armados. Presuntos criminales representados por hombres detenidos
- Iluminación: tenue a lo largo del spot
- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Constante utilización de efectos para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (helicópteros, barcos, textos sobreimpresos)
- Montaje: destaca el uso de planos generales que permiten observar a diferentes vehículos de combate marítimos y aéreos en acción

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se transmite que se está trabajando para evitar que la droga llegue a tus hijos tanto en mar y como en tierra
- Se transmite que los presuntos narcotraficantes cuentan con tecnología de punta (un mini submarino) pero se muestra aún más tecnología del lado de la policía
- Se muestra gran cantidad de equipamiento bélico: diversos vehículos de combate acuáticos, helicópteros, una metralleta de gran calibre empotrada en un vehículo aéreo, un vehículo de combate terrestre, armas largas

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos.
 - Se observa equipamiento de alto poder (vehículos acuáticos de combate, helicópteros artillados, etc.)
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)
 - Justificación de la estrategia a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 26

Información general	
Nombre del spot	Ever Villafañe
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos con una estructura similar al spot nº22. En él se muestran imágenes de la presentación del narcotraficante Ever Villafañe. En el spot predominan imágenes de funcionarios llevando a cabo tareas de inteligencia y se recurre a sonidos y animaciones que hacen referencia a tecnología. Tras mostrar imágenes de policías en acción, el spot cierra con la presentación de un policía fuertemente equipado con la bandera de México de fondo
Número de repeticiones	268
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>30 de julio de 2008, como resultado de los trabajos de investigación e inteligencia, la policía federal detiene en la Ciudad de México a Ever Villafañe, uno de los narcotraficantes colombianos más buscados en el mundo. Para evitar ser identificado, Ever Villafañe se cortó las huellas digitales y adoptó una nueva identidad como empresario exitoso; bajo esa fachada encubría sus presuntas actividades de distribución de cocaína con el Cártel de los Beltrán Leyva. Las investigaciones continúan. El objetivo: que la droga no llegue a tus hijos. Vivir mejor. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: empleo de diversas secuencias de archivo en interiores y exteriores ➤ Personajes: Fuerzas armadas representadas por funcionarios en oficinas y por policías uniformados y armados. Presuntos criminales representados por hombres detenidos ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot ➤ Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Utilización de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos sobrepuestos, transiciones) y la cortinilla de cierre ➤ Montaje: utilización de imágenes de archivo. Destaca el uso de planos de detalle a vehículos, droga y huellas dactilares 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se hace referencia a investigación 2 veces
- Se afirma que se capturó a uno de los narcotraficantes más buscados del mundo

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)
 - Justificación de la estrategia a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 27

Información general	
Nombre del spot	Detenciones septiembre
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos con imágenes intercaladas de policías llevando a cabo operativos, presuntos delincuentes detenidos y funcionarios llevando a cabo labores de oficina. Las imágenes son rápidas y transmiten acción. El spot cierra con un plano en el que se observa a gran cantidad de policías dando la espalda a la cámara
Número de repeticiones	115
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>El Gobierno Federal combate al crimen organizado. Agosto de 2008, la policía federal recibe una denuncia ciudadana, se inician labores de inteligencia para el rescate de dos personas secuestradas por una banda de narcotraficantes. 2 de septiembre, la policía federal detecta 3 casas de seguridad; en una de ellas rescatan a una madre con su hijo y detienen a 20 presuntos delincuentes. Estrategia nacional de seguridad. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de secuencias de archivo grabadas tanto en interiores como en exteriores ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados y llevando a cabo tareas de oficina. Presuntos delincuentes representados por hombres detenidos ➤ Iluminación: opaca, utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla ➤ Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Utilización de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos sobrepuestos y transiciones) y en la cortinilla de cierre ➤ Montaje: utilización de imágenes de archivo con planos diversos 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se afirma que el rescate fue gracias a labores de inteligencia y a una denuncia ciudadana ➤ Se señala que se rescató a una madre y a su hijo 	

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan

- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos.
 - Justificación de la estrategia a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 28

Información general	
Nombre del spot	Seguridad 1
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración en el que predomina la música de acción y las imágenes rápidas de policías fuertemente armados y equipados llevando a cabo operativos; también se muestran varias imágenes de detenidos, siempre esposados y sumisos. El spot cierra con la imagen de un retén carretero llevado a cabo por la policía donde se observa a un policía de espaldas a la cámara en primer plano
Número de repeticiones	38
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Como parte de la estrategia nacional de seguridad, el Gobierno Federal puso en marcha el operativo conjunto Chihuahua, con la participación del ejército mexicano, la policía federal y la procuraduría general de la república en coordinación con las autoridades locales. El objetivo: dismantelar las redes operativas, logísticas y financieras de los grupos criminales y recuperar los espacios públicos para las familias que viven en Chihuahua. Seguimos trabajando para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de diversas secuencias de archivo grabadas principalmente en exteriores ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos criminales representados por hombres detenidos ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot ➤ Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Utilización de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos sobrepuestos y transiciones) y en la cortinilla de cierre ➤ Montaje: utilización de grabaciones de archivo que utilizan distintos planos 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que toda la movilización de ejército, policía, PGR y autoridades locales tiene como fin que la droga no llegue a tus hijos
- Se muestra una gran cantidad de policías y soldados fuertemente armados, vehículos de combate, armas largas y patrullas

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos.
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)
 - Justificación de la estrategia de combate al narcotráfico

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 29

Información general	
Nombre del spot	Operativo
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos que muestra imágenes del aseguramiento de droga, armas y dinero en efectivo en un operativo por parte del ejército. Predominan las imágenes de militares en acción y cierra con secuencias de contingentes militares entrenando y en formación; en el primer plano de la última imagen se observa un fusil de asalto con lanzagranadas
Número de repeticiones	68

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *14 de septiembre de 2008, el ejército mexicano detectó un domicilio sospechoso, con el apoyo de agentes del ministerio público federal realizan un cateo y encuentran 2 paquetes de marihuana, armas de diversos calibres y 26 millones de dólares en efectivo, el segundo decomiso más grande en la Historia de México. No daremos un paso atrás en esta lucha. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de diversas secuencias de archivo grabadas tanto en exteriores como en interiores
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Iluminación: tenue a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Utilización de efectos creados por ordenador para sonar los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos sobreimpresos y transiciones) y en la cortinilla de cierre
- Montaje: utilización de grabaciones de archivo que utilizan distintos planos, destaca el uso del plano de detalle para mostrar grandes cantidades de dinero y armas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Utilización de una frase contundente al respecto de la estrategia de combate: no

- daremos un paso atrás en esta lucha
- Como en casos anteriores, habría que matizar la cantidad de dinero incautada con los logros obtenidos por otros sexenios

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados
 - Justificación de la estrategia de combate al narcotráfico a través de la presentación de resultados y mediante el uso de una frase agresiva: no daremos un paso atrás en esta lucha

Otros comentarios y observaciones

- En los spots 29, 30, 31 y 32 se hace uso de una frase agresiva y contundente: no daremos un paso atrás en esta lucha. La emisión de estos spots coincide en el tiempo con un ataque a la población civil llevado a cabo en Morelia, Michoacán, donde un grupo criminal hizo estallar dos granadas de fragmentación durante los festejos por la Independencia de México. Al verse retado y enfrentado por este hecho, el Gobierno Federal optó por usar este mensaje en sus spots, mensaje que transmite la no amedrentación del Estado (a pesar de las consecuencias, no daremos un paso atrás en esta lucha)

Spot nº 30

Información general	
Nombre del spot	Barco camaronero
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos que muestra imágenes del aseguramiento de una gran cantidad de droga en un barco así como secuencias de la presentación de los presuntos delincuentes. El spot cierra con un plano medio donde se observa a un militar portando un fusil de asalto de alto poder, resguardando la droga asegurada
Número de repeticiones	76

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: 17 de septiembre de 2008, la Armada de México detecta un barco camaronero en las costas de Chiapas. Utilizando scanners y perros entrenados descubren 155 bultos sospechosos. Pruebas periciales de la PGR demuestran que contienen más de 3 toneladas de cocaína, 6 presuntos delincuentes quedan detenidos. En mar y tierra no daremos un paso atrás en esta lucha. Gobierno Federal

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de diversas secuencias de archivo grabadas principalmente en exteriores, en un puerto
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos criminales representados por hombres detenidos
- Iluminación: tenue a lo largo del spot, utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Utilización de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos superpuestos y transiciones) y en la cortinilla de cierre
- Montaje: utilización de grabaciones de archivo que utilizan distintos planos, destaca el uso del plano de detalle para mostrar distintas pruebas llevadas a cabo a la droga incautada

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Utilización de una frase contundente respecto a la estrategia de combate: no daremos un paso atrás en esta lucha
- Destaca la presencia en pantalla de armamento de alto poder

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados y utilizando una frase agresiva: en mar y tierra no daremos un paso atrás en esta lucha

Otros comentarios y observaciones

- En los spots 29, 30, 31 y 32 se hace uso de una frase agresiva y contundente: no daremos un paso atrás en esta lucha. La emisión de estos spots coincide en el tiempo con un ataque a la población civil llevado a cabo en Morelia, Michoacán, donde un grupo criminal hizo estallar dos granadas de fragmentación durante los festejos por la Independencia de México. Al verse retado y enfrentado por este hecho, el Gobierno Federal optó por usar este mensaje en sus spots; mensaje que transmite la no amedrentación del Estado (a pesar de las consecuencias, no daremos un paso atrás en esta lucha)

Spot nº 31

Información general	
Nombre del spot	30 días B
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos donde predominan las imágenes de presuntos delincuentes detenidos, quienes son escoltados por policías fuertemente armados; los detenidos son presentados esposados y sumisos. El spot cierra con un acercamiento a un contingente de 10 policías rodeados de vehículos y aeronaves policiales
Número de repeticiones	43
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>A 30 días del acuerdo nacional por la seguridad, la justicia y la legalidad, el Gobierno Federal y los gobiernos estatales han detenido a 120 presuntos secuestradores, incluyendo a 20 integrantes de la organización delictiva "La Familia" y 9 de la banda de "Los Cruz". Se han desarticulado 10 bandas y liberado a 30 personas que tenían secuestradas. En 30 días se ha detenido a más de 1300 presuntos delincuentes. No daremos un paso atrás en esta lucha. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de diversas secuencias de archivo grabadas tanto en exteriores como en interiores ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos criminales representados por hombres detenidos se observa también a una mujer joven detenida, sociedad civil representada por personas adultas supuestamente rescatadas de secuestro ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot, utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla ➤ Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Utilización de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos superpuestos y transiciones) y en la cortinilla de cierre ➤ Montaje: utilización de grabaciones de archivo que utilizan distintos planos, destaca el 	

uso de planos americanos que permiten observar a los presuntos delincuentes esposados y escoltados

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Utilización de una frase contundente para referirse a la estrategia de combate: no daremos un paso atrás en esta lucha
- Las cifras presentadas, aunadas a la gran cantidad de detenidos que muestra el spot, transmiten que se está deteniendo a una enorme cantidad de presuntos delincuentes

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros de combate)
 - Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados y utilizando una frase agresiva: no daremos un paso atrás en esta lucha

Otros comentarios y observaciones

- En los spots 29, 30, 31 y 32 se hace uso de una frase agresiva y contundente: no daremos un paso atrás en esta lucha. La emisión de estos spots coincide en el tiempo con un ataque a la población civil llevado a cabo en Morelia, Michoacán, donde un grupo criminal hizo estallar dos granadas de fragmentación durante los festejos por la Independencia de México. Al verse retado y enfrentado por este hecho, el Gobierno Federal optó por usar este mensaje en sus spots; mensaje que transmite la no amedrentación del Estado (a pesar de las consecuencias, no daremos un paso atrás en esta lucha)

Spot nº 32

Información general	
Nombre del spot	Morelia
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos que presenta a lo largo de todo su contenido imágenes de la presentación e interrogación de 3 presuntos delincuentes
Número de repeticiones	58

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: 25 de septiembre, el Gobierno Federal recibe una denuncia anónima que lleva a la detención de tres sujetos en Apatzingán, Michoacán, que se declaran culpables de los ataques cobardes contra civiles inocentes el pasado 15 de septiembre

Detenido: Yo la arrojé, la agarré, desprendí...

Voz en off: No daremos un paso atrás en esta lucha. Gobierno Federal

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de diversas secuencias de archivo grabadas principalmente en interiores, en oficinas y salas de prensa
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados o llevando a cabo tareas de oficina. Presuntos criminales representados por hombres detenidos y siendo interrogados
- Iluminación: tenue a lo largo del spot, utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Utilización de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos sobrepuestos y transiciones) y en la cortinilla de cierre
- Montaje: utilización de grabaciones de archivo, destaca el uso de diversos planos para mostrar diferentes perspectivas de los mismos presuntos delincuentes siendo presentados ante los medios

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se asegura que la detención de los sujetos se debió a una denuncia anónima
- Se denomina al supuesto delito cometido por los sujetos como ataques cobardes contra civiles inocentes
- Utilización de una frase contundente para referirse a la estrategia de combate: no daremos un paso atrás en esta lucha
- Se muestra a 3 detenidos custodiados por varios policías fuertemente armados, dos de los detenidos se muestran con el rostro golpeado

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos y golpeados
 - Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados y utilizando una frase agresiva: no daremos un paso atrás en esta lucha

Otros comentarios y observaciones

- En los spots 29, 30, 31 y 32 se hace uso de una frase agresiva y contundente: no daremos un paso atrás en esta lucha. La emisión de estos spots coincide en el tiempo con un ataque a la población civil llevado a cabo en Morelia, Michoacán, donde un grupo criminal hizo estallar dos granadas de fragmentación durante los festejos por la Independencia de México. Al verse retado y enfrentado por este hecho, el Gobierno Federal optó por usar este mensaje en sus spots; mensaje que transmite la no amedrentación del Estado (a pesar de las consecuencias, no daremos un paso atrás en esta lucha)
- **Los presuntos culpables de perpetrar los ataques en la ciudad de Morelia, presentados en este spot, fueron absueltos el 27 de Mayo de 2015, tras casi 7 años de encarcelamiento en un penal de máxima seguridad, al demostrarse que los detenidos fueron torturados para obtener su declaración y se les fabricaron pruebas, además de otras violaciones a sus Derechos Humanos. Cabe señalar que dos de los tres presuntos culpables mostrados en el spot, aparecen con el rostro golpeado. El juez que los exoneró, determinó también que fue violentado su principio de presunción de inocencia, debido a que los sujetos fueron exhibidos ante la opinión pública como culpables en un video que se difundió en los medios de comunicación, en donde los inculpados aceptan su participación en el ataque a civiles (este spot)**

Spot nº 33

Información general	
Nombre del spot	Abre los ojos 1
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que comienza con el sonido de una detonación y la imagen de un proyectil impactando sobre un cristal; posteriormente se muestra el primer plano, en blanco y negro, de una mujer joven que va abriendo los ojos; la escena siguiente muestra a un grupo de adultos de diversas edades, en fila india y en zigzag que se van tomando del hombro uno tras otro; al momento de que una persona toca el hombro de otra, ésta abre los ojos. Hacia el segundo 20 las personas comienzan a dar un mensaje y la imagen ya no es más en blanco y negro, se torna de color. El spot cierra con un texto que pide la denuncia ciudadana
Número de repeticiones	133

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Cerrar los ojos no va a detener al crimen organizado. En México decidimos abrirlos y combatirlo de frente. Juntos, sociedad y gobierno, todos*

Mujer 1: *Estamos decididos*

Hombre 1: *A salir adelante*

Mujer 2: *Con información*

Hombre 2: *Con educación*

Hombre 3: *Y denunciando*

Voz en off: *El Gobierno Federal trabaja por tu seguridad. Con tu ayuda, fortaleces la lucha. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: se muestra a un grupo de personas en fila, formando una "s" dentro de una habitación completamente blanca
- Personajes: sociedad civil representada por un grupo grande de hombres y mujeres adultas, principalmente de mediana edad, se observa también a un niña pequeña
- Iluminación: artificial, clara en la primera parte del spot donde se muestran imágenes

en blanco y negro. Para la segunda parte, donde las imágenes en color, la iluminación es intensa.

- Banda sonora: al inicio del spot se escucha una detonación de arma de fuego al tiempo que se observa una animación de una bala destruyendo un cristal. A lo largo del spot se utiliza una melodía de fondo donde sobresale la música de flauta, connota tranquilidad. Utilización de efectos sonoros creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre del spot
- Montaje: destaca el uso de primeros planos y primerísimos primeros planos que permiten observar claramente las emociones en el rostro de las personas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que la decisión de combatir al crimen organizado de frente fue tomada en conjunto entre sociedad y gobierno. Sin embargo y al igual que en muchos otros spots, el gobierno se posiciona como ente aislado al momento de hablar de la estrategia: El Gobierno Federal trabaja por tu seguridad
- Destaca el uso de un fondo completamente blanco
- El hecho de que se muestre a las personas formando una especie de cadena humana transmite unión, compromiso
- La transición de imágenes en escala de grises a imágenes en color, puede interpretarse como progreso, avance, cambio

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - El spot invita a trabajar juntos, sociedad y Gobierno en pro de la seguridad en el país
 - Fomenta la denuncia ciudadana
- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 34

Información general	
Nombre del spot	El gaviota
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra principalmente imágenes de la presentación del delincuente Teodoro Fino y sus cómplices, así como de las propiedades y bienes que les fueron incautados. El spot cierra con un plano general donde se observa de fondo una lujosa propiedad resguardada por dos elementos de la policía federal fuertemente armados, mismos que portan pasamontañas
Número de repeticiones	27

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *El Gobierno Federal trabaja por tu seguridad. Gracias a los trabajos de inteligencia de la policía federal se detuvo a Teodoro Fino, alias "El Gaviota", uno de los narcotraficantes más peligrosos, buscado por las autoridades de Estados Unidos y Colombia. Fue detenido junto con otros 14 presuntos delincuentes en una casa llena de lujos y excentricidades. El gaviota era el eslabón entre los narcotraficantes colombianos y la organización de los Beltrán Leyva para introducir cocaína a México. Con este golpe, seguimos limpiando a México de las drogas. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de diversas secuencias de archivo grabadas tanto en interiores (oficinas) como en exteriores (casa campestre)
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados o llevando a cabo tareas de oficina. Presuntos criminales representados por hombres detenidos o siendo procesados, se observa también a una mujer de mediana edad
- Iluminación: tenue a lo largo del spot
- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota suspenso. Utilización de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos sobreimpresos y transiciones), así como en cortinillas de inicio y cierre

- Montaje: utilización de grabaciones de archivo que utilizan distintos planos, destaca el uso del primeros planos para mostrar el rostro de los detenidos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se utiliza un término agresivo para referirse a la detención del sujeto mostrado en el spot: golpe
- Se asocia la palabra narcotraficante con peligroso
- Destaca el equipamiento que portan los miembros de las fuerzas armadas en el spot: chalecos tácticos, armas largas con mira telescópica, cobertura completa del rostro.
- Al momento de mostrar los animales incautados, éstos son mostrados en actitudes agresivas

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos y en algunos casos, golpeados
 - Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

- Entrada, salida y estructura semejante en los spots 34, 35, 36, 37, 38, 53 y 56
- La frase final no aborda la estrategia de combate en su complejidad, se transmite que se está limpiando a México de las drogas, lo cual es simplista y oculta realidades como la violencia directa generada por los enfrentamientos entre fuerzas federales y crimen organizado

Spot nº 35

Información general	
Nombre del spot	Mayo Zambada
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra la presentación del narcotraficante Jesús Zambada, también se observan imágenes de aseguramientos de drogas y el traslado de otros presuntos narcotraficantes
Número de repeticiones	42

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Gracias a una denuncia anónima se captura a 16 presuntos narcotraficantes, entre ellos Jesús Zambada, alias "El Rey", uno de los 4 jefes del Cártel del Pacífico y hermano de Ismael "El Mayo" Zambada. "El Rey" Zambada controlaba el narcomenudeo en Guerrero, Oaxaca y el Distrito Federal y su zona metropolitana y la entrada de cocaína y metanfetaminas vía el Aeropuerto del Distrito Federal. Además se le atribuyen asesinatos violentos. Con esta captura seguimos limpiando a México de las drogas. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de diversas secuencias de archivo grabadas principalmente en interiores, en salas de prensa donde se presenta a los medios a presuntos delincuentes
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos criminales representados por hombres detenidos o siendo procesados
- Iluminación: artificial, clara a lo largo del spot
- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota suspenso. Utilización de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos sobreimpresos y transiciones), así como en cortinillas de inicio y cierre
- Montaje: utilización de grabaciones de archivo que utilizan distintos planos, destaca el uso de planos de detalle para mostrar diversas drogas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La frase final no aborda la estrategia de combate en su complejidad, se transmite que se está limpiando a México de las drogas, lo cual es simplista y oculta realidades como la violencia directa generada por los enfrentamientos entre fuerzas federales y crimen organizado
- Se afirma que la captura del sujeto mencionado en el spot fue gracias a una denuncia anónima

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos.
 - Se observa equipamiento de alto poder (vehículos acuáticos de combate, helicópteros artillados, etc.)
 - Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

- Entrada, salida y estructura semejante en los spots 34, 35, 36, 37, 38, 53 y 56
- Es interesante que en spot se muestren las imágenes de Joaquín "el chapo" Guzmán e Ismael "el mayo" Zambada (ambos prófugos en ese momento) en el mismo plano que se muestra la imagen de la presentación de Jesús Zambada

Spot nº 36

Información general	
Nombre del spot	Arellano el doctor
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos en el que se pueden observar 2 momentos, en un primer término se observa a contingentes policiacos fuertemente armados a punto de ingresar a un domicilio y posteriormente se muestran imágenes de la presentación y el traslado a prisión del narcotraficante Eduardo Arellano Félix. El spot cierra con la secuencia de policías escoltando a presuntos delincuentes
Número de repeticiones	46

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *El Gobierno Federal trabaja por tu seguridad. Gracias a los trabajos de inteligencia y a la coordinación con organismos internacionales, la policía federal detuvo a Eduardo Arellano Félix "El Doctor", líder del cártel de Tijuana. "El Doctor" era buscado por la Interpol en 180 países y la Agencia Antidrogas de Estados Unidos ofrecía 5 millones de dólares por él. Con la detención de "El Doctor" se desactiva una de las estructuras más importantes del narcotráfico. Con esta captura seguimos limpiando a México de las drogas. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de diversas secuencias de archivo grabadas principalmente en exteriores, la mayoría de ellas en calles públicas
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados. Presuntos criminales representados por hombres detenidos y escoltados
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Utilización de efectos creados por ordenador para sonORIZAR los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos sobreimpresos y transiciones), así como en cortinillas de inicio y cierre
- Montaje: utilización de grabaciones de archivo que utilizan distintos planos. Predomina el uso de planos medios que muestran a presuntos delincuentes detenido y que permiten ver con claridad las armas portadas por los elementos de las fuerzas armadas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La frase final no aborda la estrategia de combate en su complejidad, se transmite que se está limpiando a México de las drogas, lo cual es simplista y oculta realidades como la violencia directa generada por los enfrentamientos entre fuerzas federales y crimen organizado
- Destaca la musicalización de acción empleada en el spot

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos.
 - Se observa gran cantidad de armamento
 - Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados

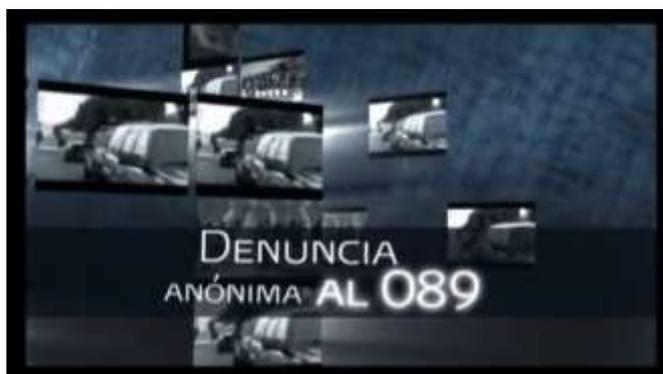
Otros comentarios y observaciones

- Entrada, salida y estructura semejante en los spots 34, 35, 36, 37, 38, 53 y 56

Spot nº 37

Información general	
Nombre del spot	Detenciones octubre
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que hace un repaso a las detenciones de delinquentes presentadas en los spots 34, 35 y 36 a las que añade la presentación de otros dos presuntos narcotraficantes. Los efectos sonoros y animaciones empleadas transmiten tecnología
Número de repeticiones	88

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *El Gobierno Federal trabaja por tu seguridad. En los últimos días hemos capturado a Teodoro Fino "El Gaviota", vínculo entre el narcotráfico de Colombia y de México. Jesús Zambada "El Rey", uno de los jefes del Cártel del Pacífico. Eduardo Arellano Félix, "El Doctor", líder del Cártel de Tijuana. Antonio Galarza Coronado, "El Amarillo", líder del Cártel del Golfo en Reynosa, Tamaulipas. Jaime González Durán, "El Hummer", líder de Los Zetas. Seguimos limpiando a México de las drogas. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: presentación creada por ordenador que muestra las fotografías de distintos supuestos criminales detenidos y sus áreas de influencia geográfica en un mapa de México
- Personajes: Presuntos criminales representados por primeros planos de sus rostros, todos ellos varones
- Iluminación: artificial, clara a lo largo del spot
- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Constante utilización de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo de la presentación, así como en las cortinillas de inicio y cierre
- Montaje: presentación realizada por ordenador con utilización constante de transiciones y animaciones

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La frase final no aborda la estrategia de combate en su complejidad, se transmite que se está limpiando a México de las drogas, lo cual es simplista y oculta realidades como la violencia directa generada por los enfrentamientos entre fuerzas federales y crimen organizado
- Los efectos sonoros, rapidez y contenido de las imágenes presentadas, connotan tecnología. Destaca la musicalización de acción empleada y los efectos gráficos que asemejan a los empleados en series de acción

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

- Entrada, salida y estructura semejante en los spots 34, 35, 36, 37, 38, 53 y 56

Spot nº 38

Información general	
Nombre del spot	El Hummer
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos con una estructura muy semejante al spot nº36. En un primer momento se muestran imágenes de contingentes policiacos y militares para posteriormente mostrar secuencias de la presentación del narcotraficante Jaime González Durán. El presunto delincuente se muestra escoltado en todo momento por elementos fuertemente armados y con el rostro cubierto, se observa de fondo un helicóptero policial <i>Black Hawk</i> . El spot cierra con elementos de la policía fuertemente armados ingresando a un domicilio; algunos de ellos llevan puestos monos blancos y tanques de oxígeno
Número de repeticiones	43
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>El Gobierno Federal trabaja por tu seguridad. Como resultado del operativo conjunto Tamaulipas, la policía federal y el Ejército Mexicano detienen en Reynosa a Jaime González Durán, alias "El Hummer", líder y fundador del grupo criminal "Los Zetas", una de las organizaciones más peligrosas del País. "El Hummer" controlaba la manufactura y distribución de cocaína en 9 Estados de la República. Con acciones como ésta, seguimos limpiando a México de las drogas. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de diversas secuencias de archivo grabadas principalmente en exteriores: calles públicas o un aeropuerto ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos criminales representados por hombres detenidos y escoltados ➤ Iluminación: clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota suspenso. Utilización constante de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos sobreimpresos y transiciones), así como en cortinillas de inicio y cierre 	

- Montaje: utilización de grabaciones de archivo que utilizan distintos planos, destaca el uso de planos medios que permiten observar a presuntos delincuentes esposados y el armamento de alto poder portado por elementos de las fuerzas armadas. Hacia el final del spot se utiliza una animación por ordenador que muestra las zonas de influencia del detenido en un mapa de México

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La frase final no aborda la estrategia de combate en su complejidad, se transmite que se está limpiando a México de las drogas, lo cual es simplista y oculta realidades como la violencia directa generada por los enfrentamientos entre fuerzas federales y crimen organizado
- Se asocia el término organizaciones (criminales) con peligrosas
- Destaca la gran cantidad de elementos de las fuerzas armadas que escoltan a un solo sujeto, que está esposado. De igual forma, destaca el equipamiento de alto poder que portan

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Se observa gran cantidad de armamento
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros artillados, aviones, etc.)
 - Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

- Entrada, salida y estructura semejante en los spots 34, 35, 36, 37, 38, 53 y 56

Spot nº 39

Información general	
Nombre del spot	SIEDO
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos que muestra imágenes de las fichas policiales de diversos presuntos delincuentes, así como secuencias de detenidos siendo escoltados por policías fuertemente armados. La secuencia final muestra a un equipo de asalto irrumpiendo en una propiedad
Número de repeticiones	89
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>El Gobierno Federal informa: por décadas se permitió que traidores a México infiltraran las fuerzas del orden. Hoy, gracias a la operación limpieza, la PGR logró detener a criminales infiltrados que eran informantes del Cártel de los Beltrán Leyva y que pagarán por sus crímenes tras las rejas. Nuestro compromiso: limpiar a México de la corrupción y el crimen organizado. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de diversas secuencias de archivo grabadas en distintas locaciones tanto exteriores como interiores ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos criminales representados numerosos hombres detenidos o siendo procesados ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot ➤ Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo que connota acción. Utilización constante de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos sobreimpresos y transiciones), así como cortinillas de inicio y cierre ➤ Montaje: utilización de grabaciones de archivo que utilizan distintos planos, destaca el uso de planos medios cortos que muestran la ficha de detención de presuntos criminales 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Utilización de un término despectivo y deshonroso para referirse a los presuntos criminales: traidores a México
- Éste es uno de los pocos spots que hacen referencia a la corrupción
- La frase final no aborda la estrategia de combate en su complejidad, se transmite que se está limpiando a México de las drogas, lo cual es simplista y oculta realidades como la violencia directa generada por los enfrentamientos entre fuerzas federales y crimen organizado
- La mayor parte del spot muestra imágenes de detenidos, algunos de ellos sometidos y siendo escoltados por un buen número de elementos policiacos armados

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

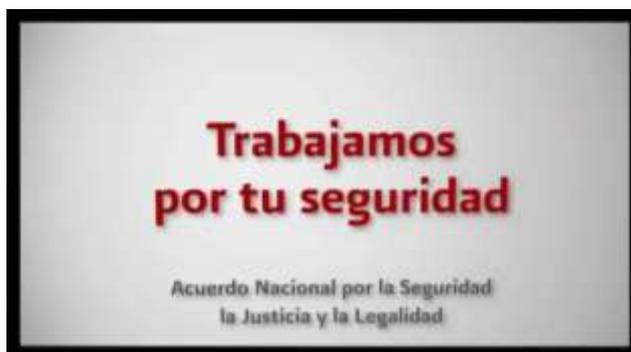
- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 40

Información general	
Nombre del spot	Acuerdo 1
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos que hace un balance de diferentes decomisos de armas y drogas así como capturas de narcotraficantes. El spot utiliza diversas imágenes mostradas en comunicaciones publicitarias anteriores y cierra con la frase escrita "trabajamos por tu seguridad"
Número de repeticiones	107

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *A 100 días del acuerdo nacional por la seguridad, la justicia y la legalidad, el Gobierno Federal ha capturado a más de 5400 narcotraficantes; se han incautado más de 700 toneladas de droga y se logró el decomiso de armas más grande de la Historia. Trabajamos por tu seguridad. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de diversas secuencias de archivo grabadas en diversas locaciones tanto interiores como exteriores
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos criminales representados por hombres detenidos o siendo procesados
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo. Utilización de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen a lo largo del spot (textos sobreimpresos y transiciones), así como en cortinillas de inicio y cierre
- Montaje: utilización de grabaciones de archivo que utilizan distintos planos. Se utilizan constantemente imágenes de líderes criminales capturados que ya habían sido utilizadas en spots previos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se utiliza una frase triunfalista que no explica con claridad los decomisos, al afirmar que se logró el decomiso más grande de la historia, no se especifica si se hace

referencia a la historia de México o mundial. En caso de que fuera la historia mexicana, habría que relativizar estos datos atendiendo a los decomisos hechos en otros periodos presidenciales

- Por las cifras utilizadas se transmite que se está deteniendo a una enorme cantidad de presuntos criminales
- Destaca gráficamente la frase final, en letras rojas y sobre un fondo blanco, lo que la hace muy llamativa: trabajamos por tu seguridad

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 41

Información general	
Nombre del spot	Acuerdo 2
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos con una estructura muy similar al nº40; en él se muestran principalmente imágenes de los entrenamientos y preparaciones que llevan a cabo diversos cuerpos policiacos. El spot cierra con la frase escrita "trabajamos por tu seguridad"
Número de repeticiones	78

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *A 100 días del acuerdo nacional por la seguridad, la justicia y la legalidad, el Gobierno Federal presentó el modelo nacional de evaluación y control de confianza, con este modelo se realizarán evaluaciones psicológica, poligráfica, socioeconómica, toxicológica y médica para depurar y profesionalizar a los policías y ministerios públicos del país. Trabajamos por tu seguridad. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de diversas secuencias de archivo grabadas principalmente en interiores
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías siendo capacitados y evaluados
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: Utilización de música electrónica de fondo. Utilización de efectos creados por ordenador para sonorizar textos sobreimpresos y transiciones, así como las cortinillas de inicio y cierre
- Montaje: utilización de grabaciones de archivo que utilizan principalmente planos medios cortos y cortos de policías

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se hace énfasis en el control de confianza de los cuerpos policiacos
- El spot transmite una serie de acciones emprendidas al interior de las fuerzas policiacas

- mexicanas que la presentan como un cuerpo profesional y saneado
- Destaca gráficamente la frase final, en letras rojas y sobre un fondo blanco, lo que la hace muy llamativa: trabajamos por tu seguridad

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se aborda la necesidad de profesionalizar a los cuerpos policiacos y las estrategias implementadas para lograrlo
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 42

Información general	
Nombre del spot	Legalidad
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos realizado en blanco y negro que muestra una secuencia de ciudadanos y ciudadanas de diversas edades jugando al fútbol en un parque público; las personas cometen faltas al reglamento constantemente. En unas gradas se observa a un grupo de niños y niñas desaprobando la actitud de los adultos. El spot cierra con un primer plano a una niña sonriendo y aparece la frase escrita "con tu ayuda fortaleces la lucha"
Número de repeticiones	28

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *En la sociedad como en el fútbol, no se puede competir si no respetamos las reglas del juego... y la verdad es que todos las conocemos, pero se nos hace fácil brincarlas y hasta nos enojamos si nos recuerdan que debemos respetarlas. Si ya sabemos cuáles son las reglas del juego, ¿Por qué no jugamos limpio con México?. Estamos a tiempo. Hagámoslo por nuestros hijos. El Gobierno Federal trabaja por tu seguridad, con tu ayuda fortaleces la lucha. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: locación exterior, campo de fútbol público
- Personajes: Sociedad civil representada por adultos de distintas edades y por niños y niñas. Fuerzas armadas representadas por una mujer policía
- Iluminación: natural y opaca, se utilizan todo el tiempo secuencias en blanco y negro con excepción de la cortinilla final
- Banda sonora: no se utiliza música, pero si numerosos efectos sonoros realizados por ordenador que acompañan las imágenes mostradas y la cortinilla final
- Montaje: a través de diversos planos se muestra a un grupo de adultos jugando al fútbol a diversos/as niños/as observándolos. Los planos más cortos son empleados cuando se muestra a niños/as

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- El spot hace un paralelismo con el deporte más popular en México, el fútbol, para fomentar el respeto de las reglas
- En supuesto partido de fútbol jugado por diversos miembros de la sociedad, el árbitro es una policía, lo que transmite que tiene el poder y la coloca en una posición de superioridad frente al resto de ciudadanos

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve el trabajo conjunto entre Gobierno y ciudadanía
 - Se promueve el respeto de la ley
- **Cultura de violencia**
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (hagámoslo por nuestros hijos)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 43

Información general	
Nombre del spot	Escuela segura I
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra en primer término a una madre en primer plano hablando sobre su temor a que su hijo consumiera drogas, al lado de la madre aparecen difuminadas escenas de su vida cotidiana y de la de su hijo. Posteriormente se muestran imágenes de una escuela, donde un grupo de profesores revisan el contenido de las mochilas de los estudiantes y de grupos de trabajo entre profesores y padres de familia. El spot concluye con una secuencia de la madre abrazando a su hijo
Número de repeticiones	46

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: 2 años de Gobierno. Escuela segura

Mujer: *Lo que más miedo me daba es que mi hijo agarrara las drogas... y es que yo me tengo que ir a trabajar y por más que uno quiera pues no se puede andar todo el día tras de él. Pero ahora, las cosas han cambiado; la escuela de mi hijo está en el programa escuela segura, les revisan las mochilas, les dan cursos a los chamacos de cómo cuidarse y a los papás nos dan talleres para ayudar a nuestros hijos. Ahora estoy más tranquila*

Voz en off: Escuela segura. Vivir mejor. Gobierno Federal

Imagen y sonido

- Puesta en escena: El spot consta de dos locaciones principales, el interior de una vivienda y exteriores e interiores de una escuela
- Personajes: Sociedad civil representada por una madre de mediana edad, niños y niñas, profesores y padres de familia
- Iluminación: tenue a lo largo del spot. Se utiliza un filtro que oscurece los márgenes de la pantalla
- Banda sonora: música de guitarra de fondo. No se utilizan efectos sonoros
- Montaje: Se utilizan distintos planos para mostrar la mayor parte del tiempo a la madre hablando de frente a cámara. Se trata en su mayoría de planos cortos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Asociación del término miedo con drogas
- Asociación de la palabra tranquila con las acciones emprendidas por el gobierno
- La actriz del spot es muy expresiva. Transmite miedo, intranquilidad e impaciencia al referirse a su temor porque su hijo pudiera caer en las drogas, mientras que posteriormente transmite tranquilidad, felicidad y conformidad al mencionar las acciones emprendidas por el gobierno

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Informa sobre la impartición de talleres educativos contra la drogadicción
 - Muestra información sobre el programa "escuela segura"
- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 44

Información general	
Nombre del spot	Marina fuerzas armadas I
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra diferentes escenas de la vida de una mujer miembro de las fuerzas armadas al interior de la Marina. Se muestran helicópteros, buques, a la mujer en cuestión poniéndose un pasamontañas a bordo de una lancha rápida y personal con armas de asalto. El spot concluye con la entrega de una medalla a la mujer antes mencionada en un acto oficial de la Marina
Número de repeticiones	65

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *En la Secretaría de Marina Armada de México trabajamos para cuidar y proteger nuestro país; sus mares, sus riquezas naturales y su gente. Las fuerzas armadas actuamos por ti. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: la historia gira en torno a una marina que protagoniza el spot, se la muestra en distintas locaciones interiores y exteriores entrenándose, llevando a cabo operativos y siendo condecorada
- Personajes: presuntos delincuentes representados por hombres detenidos. Fuerzas armadas representadas principalmente por una marina joven vestida con uniforme de gala o de combate. También se observa a otros elementos de la Marina-Armada de México con uniforme de gala y de combate
- Iluminación: natural y clara a lo largo del spot
- Banda sonora: marcha marcial con trompetas y tambores. No se hace uso de efectos sonoros
- Montaje: destacan los planos generales en altamar que permiten observar vehículos aéreos y marítimos de combate

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma explícitamente que las acciones llevadas a cabo por la Marina, son hechas "por ti"
- Se asocian los términos cuidado y protección con las acciones llevadas a cabo por la Marina.
- El spot muestra una cara amable de la Marina con la presentación de diversas actividades de una cadete que es joven y atractiva, la cual es condecorada por sus acciones
- Se muestra equipamiento de combate de alto poder: un buque de guerra, vehículos acuáticos, helicópteros

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a soldados fuertemente armados
 - Se observa equipamiento de alto poder (vehículos acuáticos de combate, helicópteros artillados, etc.)
 - Justificación de la estrategia de combate (las fuerzas armadas actuamos por ti)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 45

Información general	
Nombre del spot	Marina fuerzas armadas II
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y estado de derecho
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos en el que la musicalización es la misma que en el nº44. En él se muestran diferentes escenas de las labores de rescate y protección civil llevadas a cabo por la Marina. Aparecen 2 miembros de la Marina recibiendo medallas y el spot cierra con dos niños pequeños corriendo a abrazar a su padre, que es marino
Número de repeticiones	44
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>En la Secretaría de Marina Armada de México trabajamos para cuidar y proteger nuestro país; sus mares, sus riquezas naturales y su gente. Las fuerzas armadas actuamos por ti. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: la historia gira en torno a un marino que protagoniza el spot, se le muestra en distintas locaciones interiores y exteriores, principalmente llevando a cabo acciones de protección civil ➤ Personajes: Fuerzas armadas representadas principalmente por un marino de mediana edad vestido ya sea con uniforme de gala o de combate. También se observa a otros elementos de la Marina-Armada de México con uniforme de gala y de combate llevando a cabo diversas acciones. La sociedad civil es representada por mujeres y niños/as siendo auxiliados por elementos de la Marina ➤ Iluminación: natural y clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: marcha marcial con trompetas y tambores. No se hace uso de efectos sonoros ➤ Montaje: destacan los planos generales en altamar que permiten observar vehículos aéreos y marítimos de rescate 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma explícitamente que las acciones llevadas a cabo por la Marina, son hechas "por ti"
- Se asocian los términos cuidado y protección con las acciones llevadas a cabo por la Marina
- El spot muestra una cara amable de la Marina con su intervención en el rescate de una mujer en alta mar, repartiendo comida a un grupo de niños/as o cargando a una mujer en silla de ruedas en medio de una inundación
- Se muestra la secuencia de un niño y una niña pequeños abrazando a un marino

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a los elementos de la Marina como protectores de la población civil (repartiendo comida a niños, rescatando personas en altamar o cargando a una anciana en silla de ruedas)
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros)
 - Justificación de la estrategia de combate (las fuerzas armadas actuamos por ti)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 46

Información general	
Nombre del spot	Cápsula seguridad
Campaña	Informe del ejercicio de gobierno
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 9 minutos de duración referente al segundo informe de gobierno del Presidente Felipe Calderón. En la mayor parte de él se muestran primeros planos del presidente, en una biblioteca y con una bandera de México de fondo, hablando sobre los principales logros en materia de seguridad obtenidos por su gobierno. Cuando no aparece el presidente en pantalla se muestran secuencias de policías y militares llevando a cabo operativos, decomisos de drogas e imágenes de detenidos. Hacia el final del spot se muestran secuencias de familias felices y niños en escuelas
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Gobierno Federal*

Presidente Felipe Calderón: *Muy estimados ciudadanos, buenas noches. En México están ocurriendo muchos cambios, uno de ellos consiste en que El Congreso de la Unión aprobó un nuevo formato para el informe de gobierno el cual será entregado únicamente por escrito y ahora rendiré cuentas a los ciudadanos de manera diferente. Es por ello que ahora te hablaré en los próximos días sobre los temas más importantes de la vida del país. El propósito es informarte sobre la situación y el rumbo de México y también sobre lo que estamos haciendo para que tú y tu familia puedan vivir mejor. Te invito a escuchar éste y los siguientes mensajes que transmitiremos a esta misma hora, sobre todo te invito a que sigamos construyendo juntos el México que queremos, un México seguro, próspero, un México justo, limpio y democrático.*

Voz en off: *Segundo Informe de Gobierno*

Presidente Felipe Calderón: *Mexicanas y mexicanos, sé que México enfrenta un gran problema de seguridad, este es un cáncer que se ha venido incubando durante años y al que no se le dio la debida atención, pero es un cáncer que vamos a erradicar. La seguridad es una responsabilidad que compartimos todos los niveles de gobierno, la federación, los Estados y los municipios. Todos somos responsables y entre todos debemos solucionar, yo te voy a platicar lo que el Gobierno Federal ha hecho y está haciendo para combatir la inseguridad y la criminalidad en el país. Desde mi primer día como presidente, la seguridad ha sido la más alta prioridad de mi gobierno, no hay otro tema al cual estemos prestando más atención y aumentando cada día los recursos humanos y*

económicos para resolverlo. Estamos completamente decididos a recuperar la seguridad, la autoridad y el orden en las calles y en las plazas del país. Por esa razón iniciamos y realizamos los operativos conjuntos, en los que hemos utilizado todos los recursos del Estado para lograrlo, es decir, hemos contado con el apoyo del ejército, de la marina, de la fuerza aérea, de la policía federal, hemos acudido en apoyo a los gobiernos estatales y municipales independientemente de su origen partidista y no descansaremos hasta que tú te sientas seguro en la ciudad en que vives. Estamos también apostando por limpiar, depurar y profesionalizar los cuerpos policiacos, que no hay nada que agravie más a los mexicanos que la corrupción y particularmente cuando la corrupción está en la policía. La sociedad ha visto por desgracia y con indignación que en algunos delitos, por ejemplo en el caso del secuestro, han sido los propios policías quienes delinquen incluso llegan a asesinar a sus víctimas. Para limpiar nuestros organismos federales les estamos haciendo exámenes de control de confianza todos los policías federales empezando por los altos mandos. Estos exámenes incluyen pruebas toxicológicas para saber si consumen drogas; exámenes psicológicos para saber si son aptos para el cargo, para conocer cuáles son sus valores; exámenes socioeconómicos para saber si hay elementos de un probable enriquecimiento debido a la corrupción; estamos también aplicándoles polígrafos, que son mejor conocidos como el detector de mentiras para asegurarnos que no estén vinculados a la criminalidad. Este esfuerzo largo y costoso pero vale la pena porque queremos que tengas la seguridad de que los policías federales sirven a los ciudadanos y no a los delincuentes. Por cada policía federal hay más de 20 policías estatales o municipales, por eso queremos que este nuevo modelo policiaco se repita en todo el país a nivel de las policías estatales y municipales hasta que todos los mexicanos recuperemos la confianza en nuestras policías. Por otra parte estamos golpeando duro a la delincuencia y afectando severamente sus intereses y estructuras financieras y operativas; por ejemplo, hace unos meses logramos el mayor decomiso de cocaína en el mundo, en la ciudad de Manzanillo; más de 23 y medio toneladas de esta droga. Para darte una idea, eso equivale a 470 millones de dosis, más de 4 dosis por cada mexicano; ¿te imaginas lo que hubiera provocado esta droga en la calle donde pasan tus hijos o en el lugar donde se divierten?. Además por primera vez se logró la captura de narcotraficantes y drogas que se transportaban en alta mar en un submarino inclusive. Hemos golpeado las bandas criminales y capturado a varios de los líderes de los principales carteles y líderes de plaza. Logramos la captura de varios narcotraficantes del más alto nivel, por ejemplo, Alfredo Beltrán Leyva, alias "El Mochomo", líder del Cártel de Sinaloa; Sandra Ávila Beltrán del Cártel del Pacífico; Rogelio Díaz Cuellar, alias "El Rojo", del Cártel del Golfo y que controlaba Ciudad Victoria la capital de Tamaulipas o "El JC" que controlaba la zona de Tampico, Altamira, también ese Estado; "El Chelelo", líder de Los Zetas en Monterrey, o "El Tigre", líder del Cártel de Juárez, o "El Gus", del Cártel de Tijuana; Alfredo Rangel, "El L46", lugarteniente de los Zetas o "El Débora" que controlaba para esta organización el Sureste del país. También detuvimos a Ever Villafañe, el narcotraficante más buscado de Colombia en todo el mundo y muchos muchos más. Tan solo entre septiembre del año pasado y junio de este año, hemos detenido a más de 22 mil personas vinculadas al crimen y hemos decomisado más de 11 mil armas, desde pistolas o ametralladoras hasta granadas o lanzamisiles. En esta lucha y tan solo en este año, han muerto más de 100 policías federales, 62 soldados y 5 marinos. Muertes que lamentamos profundamente porque han sido mexicanos que ofrendaron su vida para recuperar la seguridad en la familias mexicanas. ¿Pero por qué han muerto ahora más policías federales o soldados o marinos que nunca? una de las razones es que por primera vez en mucho tiempo, ahora si estamos enfrentando en serio a la delincuencia y no la vamos a dejar pasar. Es una batalla difícil, sí; es una batalla que tomará tiempo y costará recursos y por desgracia vidas humanas. Pero puedes estar seguro que es una batalla que vamos a ganar con el apoyo del pueblo de México. Nuestra estrategia es integral, no solo estamos fortaleciendo las policías o aplicando medidas persecutorias contra los criminales, sino también tenemos políticas y programas preventivos como la estrategia limpiemos México. Con ella estamos recuperando espacios públicos que estaban en manos de delincuentes y se los devolvemos a la ciudadanía. A través del programa escuela segura protegemos a más de 10 mil primarias o secundarias para evitar con el apoyo de los papás y los maestros que haya en ellas

drogas, armas o bandas de delinquentes. Queremos que estés tranquilo mientras tus hijos van a la escuela. También impulsamos la prevención y el tratamiento contra las adicciones. Tan solo con el dinero que le decomisamos a un ciudadano de origen chino, más de 2500 millones de pesos, estamos construyendo 310 clínicas en todo el país para el tratamiento y la prevención de adicciones entre los jóvenes y los adolescentes. Sé que hay una gran preocupación de los ciudadanos, sé que no están exigiendo a las autoridades con toda justicia que pongamos un freno definitivo a la delincuencia. Para ello, finalmente ya nos estamos poniendo de acuerdo todos los gobiernos del país sin importar colores partidistas; de ello, del acuerdo por la seguridad, la legalidad y la justicia, que acabamos de suscribir, te hablaré el día de mañana.

Voz en off: Segundo Informe de Gobierno. Gobierno Federal

Imagen y sonido

- Puesta en escena: la mayor parte del spot se desarrolla en una oficina institucional donde se encuentra el Presidente Felipe Calderón. También se utilizan secuencias de archivo, casi siempre exteriores, que muestran a policías y soldados entrenándose y llevando a cabo diversos operativos, familias y niños/as en calles públicas y animaciones computarizadas con mapas de México
- Personajes: Presidente Felipe Calderón, fuerzas armadas representadas por soldados y policías uniformados y armados. Presuntos criminales representados por hombres detenidos. Sociedad civil representada por familias y niños/as
- Iluminación: artificial la mayor parte del tiempo, clara a lo largo del spot
- Banda sonora: La mayor parte del tiempo el spot no se acompaña de ninguna musicalización. Únicamente en las cortinillas de entrada y salida y las animaciones son utilizados efectos sonoros. Una secuencia donde se muestra a policías y soldados en acción cuenta con música electrónica que connota acción
- Montaje: La mayor parte del tiempo se muestra al Presidente Felipe Calderón en pantalla a través de planos medios cortos, que permiten observar sus emociones y el movimiento de sus manos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se denomina al problema de seguridad en México como un cáncer
- Se afirma que este cáncer será erradicado
- Se hace referencia a la estrategia de combate como una batalla, que será difícil, tomará tiempo y vidas humanas
- Se afirma que dicha batalla será ganada
- Se hace hincapié en la mención de numerosas capturas de presuntos delinquentes
- Se transmite institucionalidad, resultados y se relaciona a los resultados con el bienestar de las familias
- La voz y actitud de Calderón son enérgicas cuando habla sobre presuntos delinquentes

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se aborda la prevención y el tratamiento de las adicciones
 - Se habla del programa escuela segura
- **Cultura de violencia**
 - Se afirma que el crimen organizado es un cáncer que va a ser erradicado
 - Se indica que la estrategia de combate al narcotráfico es una batalla, que

- tomará tiempo, costará recursos y vidas humanas, pero que será ganada
- Se muestra a policías y soldados fuertemente armados
- Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

- Al ser un mensaje tan largo, pierde impacto

Spot nº 47

Información general	
Nombre del spot	Cápsula estado de derecho
Campaña	Informe del ejercicio de gobierno
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 6 minutos de duración referente al segundo informe de gobierno del Presidente Felipe Calderón. En la mayor parte de él se muestran primeros planos del presidente, en una biblioteca y con una bandera de México de fondo, hablando sobre el estado de derecho en el país. Cuando no aparece el presidente en pantalla se muestran secuencias de policías y militares llevando a cabo operativos, decomisos de drogas, imágenes de detenidos y a diferentes grupos de trabajo en sesión
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Segundo informe de gobierno*

Presidente Felipe Calderón: *Mexicanas y mexicanos, muy buenas noches. Solo un país de leyes puede progresar y brindarle oportunidad a todos sus ciudadanos. Hoy, el estado de derecho en México se ha visto amenazado por una delincuencia que por años se ha alimentado de la tolerancia y en ocasiones de la franca corrupción de algunas autoridades; también de la indiferencia y de la apatía de muchos ciudadanos. Es por ello que mi gobierno trabaja para fortalecer y modernizar las instituciones de nuestro sistema de justicia y seguridad pública. Un paso fundamental que los mexicanos hemos dado gracias a la decisión responsable del Congreso de la Unión y de las legislaturas locales es la aprobación de la reforma constitucional en materia de procuración e impartición de justicia; una reforma que contó con el consenso de las fuerzas políticas. Gracias a ella, podremos avanzar en la modernización de las instituciones de procuración e impartición de justicia. Esto es indispensable para triunfar en nuestra lucha por un México seguro, por un México de orden, un México de leyes, un México de libertades. Con esta reforma, nuestro país adoptará un sistema de justicia penal con juicios orales y procesos simplificados, en el cual los jueces van a conocer de manera más directa las pruebas o los alegatos del Ministerio Público y de los acusados; será por tanto un sistema más transparente y más respetuosos de los Derechos Humanos y sobre todo un sistema protector de los Derechos de las Víctimas que estaban hasta ahora ignorados. Además, las autoridades tendrán nuevas y mejores herramientas legales para combatir a la delincuencia que flagela a los ciudadanos. Gracias a figuras como el arraigo o la extinción de*

dominio de aquellos bienes que tuvieron un uso criminal, podremos golpear con mayor contundencia a las organizaciones de delincuentes. La reforma también fortalece las facultades de las instituciones policiacas para la investigación preventiva, para la formación de inteligencia e información que son indispensables para combatir al crimen organizado. Por ejemplo y no obstante que el secuestro es un delito de carácter local, las autoridades federales capturaron en este año a más de 200 secuestradores en todo el país. Estoy seguro que con mayores facultades técnicas y legales podremos ser aún mucho más eficaces en el combate al delito. Reformar las leyes es un paso necesario pero no suficiente, en el camino hacia un México más seguro. Tengo muy claro que la inseguridad y la violencia no pueden ser erradicadas por mero decreto. Sé que la sociedad se encuentra profundamente agraviada por la impunidad y por la corrupción y sé que estos males se hacen más difíciles de combatir si falta la coordinación suficiente entre las autoridades. Es por eso que haciendo a un lado nuestras diferencias políticas, ideologías o partidistas, los tres niveles de gobierno, el federal, el estatal y municipal, los poderes públicos, el ejecutivo, el legislativo, el judicial, en un acto de estado verdaderamente republicano, nos unimos para firmar el acuerdo nacional por la seguridad, la justicia y la legalidad. Con este acuerdo, el gobierno federal, gobiernos estatales y municipales de todo el país, nos hemos comprometido a depurar y a certificar las instituciones de seguridad y de justicia, a elaborar una estrategia nacional antisequestro y una estrategia nacional contra el narco menudeo. Nos hemos comprometido a la formación de unidades estatales especializadas contra el secuestro, a la construcción de nuevos penales de alta seguridad con módulos especiales para secuestradores, al fortalecimiento del sistema único que información criminal a fin de contar con información que permita generar inteligencia y tecnología de punta para combatir a la delincuencia vamos a organizar un sistema para tener localizadores de celulares con los cuales operan los delincuentes, un sistema también de denuncia anónima tanto de corrupción de funcionarios públicos como de actos delictivos que proteja a la ciudadanía, un sistema de recompensas para quien denuncie a los delincuentes, una política muy intensa de prevención que incluya el rescate de espacios públicos, el programa escuela segura y la clínica de tratamiento para adicciones. En esta lucha, es fundamental la participación de los ciudadanos, esta es la parte más importante, por eso el acuerdo propone la creación de un observatorio ciudadano para que sean ustedes, los ciudadanos, quienes juzguen y evalúen el desempeño de todos nosotros los que tenemos que ver con la responsabilidad de la seguridad de la ciudadanía. Todos tenemos algo que aportar en la lucha por hacer de México un país donde impere la ley. Al consolidar el estado de derecho, estamos contribuyendo a dejarle a nuestros hijos un México más ordenado y seguro en el que todos podamos vivir mejor. Muchas Gracias
Voz en off: Segundo informe de gobierno. Gobierno Federal

Imagen y sonido

- Puesta en escena: la mayor parte del spot se desarrolla en una oficina institucional donde se encuentra el Presidente Felipe Calderón. También se utilizan secuencias de archivo, tanto interiores como exteriores, que muestran a policías y soldados entrenándose y llevando a cabo diversos operativos, a políticos sesionando, a presuntos delincuentes siendo escoltados y a elementos de la sociedad civil realizando acciones cotidianas
- Personajes: Presidente Felipe Calderón, fuerzas armadas representadas por soldados y policías uniformados y armados. Presuntos criminales representados por hombres detenidos. Sociedad civil representada principalmente por niños/as
- Iluminación: artificial la mayor parte del tiempo, clara a lo largo del spot
- Banda sonora: La mayor parte del tiempo el spot no se acompaña de ninguna musicalización. Únicamente en las cortinillas de entrada y salida y las animaciones son utilizados efectos sonoros. Una secuencia donde se muestra a policías y soldados en acción cuenta con música electrónica que connota acción

- Montaje: La mayor parte del tiempo se muestra al Presidente Felipe Calderón en pantalla a través de planos medios cortos, que permiten observar sus emociones y el movimiento de sus manos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se hace referencia a la estrategia de combate como una lucha por un México seguro y se afirma que se va a triunfar en esa lucha
- Por primera vez hasta el momento, se hace referencia a los Derechos Humanos y los derechos de las víctimas
- Se hace uso de una frase agresiva para referirse a las acciones del gobierno: golpear con contundencia a las organizaciones de delincuentes
- La voz y actitud de Calderón son enérgicas cuando habla sobre presuntos delincuentes

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Aborda la importancia de la procuración e impartición de justicia
 - Por primera vez hasta ahora y aunque sea de manera efímera se trata el tema de los Derechos Humanos
 - Se plantea la creación de un observatorio ciudadano
 - Se aborda la importancia de la participación ciudadana en el combate al narcotráfico
- **Cultura de violencia**
 - Se habla de triunfar en la lucha por un México seguro y de golpear con contundencia a las organizaciones de delincuentes
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (diversos vehículos aéreos)
 - Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

- Al ser un mensaje tan largo, pierde impacto

Spot nº 48

Información general	
Nombre del spot	Cápsula 01 Septiembre (Segundo Informe)
Campaña	Informe del ejercicio de gobierno
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 1 minuto 53 segundos de duración referente al segundo informe de gobierno del Presidente Felipe Calderón. En la mayor parte de él se muestran primeros planos del presidente, en una biblioteca y con una bandera de México de fondo, hablando sobre la seguridad pública en México. Cuando no aparece el presidente en pantalla se muestran secuencias de policías y militares llevando a cabo operativos, decomisos de drogas e imágenes de detenidos. Al inicio de spot se puede apreciar una secuencia de diversas personas en sus quehaceres diarios y de niños jugando
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Segundo Informe de Gobierno*

Presidente Felipe Calderón: *Sé que México enfrenta un gran problema de seguridad, este es un cáncer que se ha venido incubando durante años, pero es un cáncer que vamos a erradicar. Desde mi primer día como presidente, la seguridad ha sido la más alta prioridad de mi gobierno. Por esa razón iniciamos y realizamos los operativos conjuntos, hemos contado con el apoyo del ejército, de la marina, de la fuerza aérea, de la policía federal y no descansaremos hasta que tú te sientas seguro en la ciudad en que vives. Estamos también apostando por limpiar, depurar y profesionalizar los cuerpos policiacos, que no hay nada que agrave más a los mexicanos que la corrupción y particularmente cuando la corrupción está en la policía. Les estamos haciendo exámenes de control de confianza todos los policías federales porque queremos que tengas la seguridad de que los policías federales sirven a los ciudadanos y no a los delincuentes. Por otra parte estamos golpeando duro a la delincuencia y afectando severamente sus intereses y estructuras financieras y operativas; hace unos meses logramos el mayor decomiso de cocaína en el mundo, en la ciudad de Manzanillo; más de 23 y medio toneladas de esta droga, eso equivale a 470 millones de dosis, más de 4 dosis por cada mexicano. Es una batalla difícil, sí; es una batalla que tomará tiempo y costará recursos y por desgracia vidas humanas. Pero puedes estar seguro que es una batalla que vamos a ganar con el apoyo del pueblo de México*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: se observan dos momentos principales: una locación interior, oficina institucional desde donde habla el Presidente Calderón y numerosas secuencias, casi siempre de exteriores donde se observa a elementos de las fuerzas armadas llevando a cabo operativos
- Personajes: Presidente Felipe Calderón, sociedad civil representada por diversos hombres, mujeres, niños y niñas de diversas edades. Fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos criminales representados por hombres detenidos
- Iluminación: clara y consistente a lo largo del spot
- Banda sonora: todo el spot es acompañado por música electrónica. Poco empleo de efectos sonoros, sólo en las cortinillas de entrada y salida del spot
- Montaje: planos medios cortos para cuando se presenta al presidente en pantalla. En el resto de secuencias no hay planos dominantes

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se hace referencia al problema de seguridad en México como un cáncer que será erradicado
- Se afirma que se lleva a cabo en México una batalla, que es difícil, que tomará tiempo y costará recursos y vidas humanas
- Se señala que dicha batalla será ganada
- La actitud y tono de voz del Presidente es especialmente enérgica cuando se refiere a la batalla que libra México

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se aborda la problemática de la corrupción
- **Cultura de violencia**
 - Se denomina al problema de seguridad en México como un cáncer que va a ser erradicado
 - Se habla de golpear duro a la delincuencia
 - Se indica que la estrategia de combate al narcotráfico es una batalla que tomará tiempo, costará recursos y vidas humanas, pero que será ganada
 - Se muestra a policías y soldados fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros artillados, aviones, etc.)
 - Justificación de la estrategia de combate a través de la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

- Por la forma en que es presentada la información, pareciera que México está inundado de drogas (se afirma que tan solo un decomiso equivalió a 4 dosis por cada mexicano)

Spot nº 49

Información general	
Nombre del spot	Informe II (Seguridad)
Campaña	Informe del ejercicio de gobierno
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración donde se hace un resumen de las acciones emprendidas por el gobierno en cuestión de seguridad pública. En todo momento se muestra un plano medio corto del presidente, en una biblioteca y con una bandera de México de fondo
Número de repeticiones	29

Fotograma



Transcripción (palabra)

Presidente Felipe Calderón: *Estamos completamente decididos a recuperar la seguridad, la autoridad y el orden en las calles y en las plazas del país. Les estamos haciendo exámenes de control de confianza todos los policías federales, empezando por los altos mandos; queremos que este nuevo modelo policial se repita en todo el país a nivel de las policías estatales y municipales hasta que todos los mexicanos recuperemos la confianza en las policías*

Voz en off: *Segundo Informe de Gobierno. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: el spot muestra una oficina institucional del Gobierno Mexicano
- Personajes: Presidente Felipe Calderón
- Iluminación: artificial y clara a lo largo del spot
- Banda sonora: no se utilizan música ni efectos sonoros, con excepción de un par de sonidos creados por ordenador que sonorizan los objetos de la cortinilla de cierre y los textos sobreimpresos
- Montaje: utilización constante de planos medios cortos que permiten apreciar con claridad las emociones transmitidas por el personaje y el movimiento de sus manos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma de manera implícita que los mexicanos no tienen confianza en las policías
- Se señala de forma implícita que el gobierno había perdido la seguridad, la autoridad y

- el orden en calles y plazas del país, por lo que éstos aspectos han de ser recuperados
- La actitud y tono de voz del Presidente son enérgicas
 - Se muestra una imagen institucional y patriótica

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se aborda la necesidad de profesionalizar los cuerpos policiacos
- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 50

Información general	
Nombre del spot	Informe IV (Acuerdo)
Campaña	Informe del ejercicio de gobierno
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que informa sobre el acuerdo nacional de seguridad, justicia y legalidad; muestra alternadamente escenas de la firma del acuerdo y del presidente en una biblioteca y con una bandera de México de fondo
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Los tres poderes de la unión, los tres órdenes de gobierno, sociedad civil y sector productivo, se sumaron al acuerdo nacional de seguridad, justicia y legalidad*

Presidente Felipe Calderón: *Con este acuerdo, nos hemos comprometido a depurar y a certificar las instituciones de seguridad y de justicia, a elaborar una estrategia nacional antisequestro y una estrategia nacional contra el narco menudeo. Todos tenemos algo que aportar en la lucha por hacer de México un país donde impere la ley*

Voz en off: *Segundo Informe de Gobierno. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de imágenes de archivo grabadas en interiores, principalmente auditorios. También se muestra una secuencia grabada al interior de una oficina institucional del Gobierno Mexicano
- Personajes: Presidente Felipe Calderón, diferentes políticos y funcionarios mexicanos
- Iluminación: artificial y clara a lo largo del spot
- Banda sonora: música electrónica de fondo, utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar textos sobrepuestos y cortinilla de cierre
- Montaje: uso de planos generales para mostrar a los asistentes de los auditorios plenamente mencionados y planos medios cortos para mostrar al presidente

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se transmite unidad por parte de todos los sectores de la población respecto a la estrategia de combate
- Se hace referencia a la estrategia como una lucha
- Se señala que todas las personas pueden aportar algo a la lucha
- Se transmite un mensaje muy institucional, con imágenes solemnes de la firma del acuerdo

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se habla de la importancia del trabajo en conjunto ente sociedad y Gobierno para hacer de México un país donde impere la ley
- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

- Sería interesante conocer en qué se basan para afirmar que la sociedad civil también se sumó al acuerdo mencionado en el spot

Spot nº 51

Información general	
Nombre del spot	Policía Federal Operativo
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos en el que predominan las imágenes de armamento y equipo; destacan los planos a helicópteros. En una segunda escena se aprecia a una madre con su hijo, a la orilla de una carretera porque se averió su coche; un policía llega a auxiliarlos, por lo que el niño lo saluda y el policía le sonrío
Número de repeticiones	18

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *En la policía federal cada día nos preparamos mejor para protegerte y servirte. Trabajamos por tu seguridad. Vivir mejor. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: escenas rodadas en exteriores, ya sea en hangares donde se observan aeronaves o en calles y carreteras públicas
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados utilizando diversos vehículos policiales. Presuntos delincuentes representados por hombres jóvenes. Sociedad civil representada por una madre de mediana edad y su hijo de unos 12 años
- Iluminación: tenue a lo largo del spot
- Banda sonora: música electrónica que connota acción acompaña todo el spot. Se escucha también el sonido de hélices de helicóptero, sirenas y ruidos mecánicos durante buena parte de mismo. Durante dos terceras partes de su duración no hay narración y solo se escucha esta música. Utilización de sonidos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en la cortinilla final
- Montaje: sobresale el uso de planos generales que permiten observar todo lo que sucede en escena y la presencia de numerosos vehículos policíacos aéreos y terrestres

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se asocia a la Policía Federal con las ideas de protección y servicio
- Se afirma que la Policía trabaja por "tu" seguridad, con lo que se justifican sus acciones
- Se muestra una cara amable de la policía, al mostrar a un elemento auxiliando a una madre con su hijo en una carretera
- La madre y el hijo se muestran agradecidos con el agente

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (varios helicópteros de combate, gran cantidad de patrullas)
 - Se muestra a la policía como protectora de la sociedad al apoyar a una madre y su hijo con un problema en su coche
 - Clara exaltación de los cuerpos policiacos

Otros comentarios y observaciones

- La musicalización, efectos sonoros, rapidez de las imágenes y contenido de las mismas connotan acción. Es por ello que hasta el segundo 16 del spot, más que una comunicación publicitaria de un organismo público, pareciera que se estuviera viendo un tráiler de una película policiaca

Spot nº 52

Información general	
Nombre del spot	Policía federal inteligencia
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos con la misma musicalización que el nº 51, se muestran imágenes alternadas de funcionarios trabajando en oficinas y de policías realizando operativos. Destaca una secuencia en la que 2 elementos de la policía se descuelgan con arneses de un edificio e ingresan a una habitación portando armas cortas. Hacia el final del spot se observa a un policía sonriente, rodeado de otros elementos policiacos abrazando a una niña pequeña y entregando a ésta a sus padres. El spot cierra con un plano de una oficina de la policía federal
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *En la policía federal cada día nos preparamos mejor con más tecnología, investigación, estrategia y equipo para protegerte y servirte. Trabajamos por tu seguridad. Vivir mejor. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interior de oficinas policiales, calles públicas y un edificio de una ciudad
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados o llevando a cabo labores de oficina. Sociedad civil representada por una niña pequeña y sus padres
- Iluminación: tenue a lo largo del spot
- Banda sonora: se utiliza la misma música que en spot previo, que connota acción y que suena sola durante medio mensaje, posteriormente comienza la narración. A lo largo del spot se escuchan distintos sonidos que sonorizan los objetos presentes en el mensaje como teléfonos sonando, ruidos de teclado de ordenador o puertas abriéndose. Efectos creados por ordenador sonorizan los objetos presentes en la cortinilla final

➤ Montaje: destaca el uso de primeros planos a elementos de las fuerzas armadas
Elementos clave de la estrategia comunicativa
<ul style="list-style-type: none">➤ Se asocia a la Policía Federal con las palabras tecnología, investigación, estrategia y equipamiento➤ Se afirma que la Policía trabaja por "tu" seguridad, con lo que se justifican sus acciones➤ Las imágenes muestran el relato de un grupo de policías fuertemente armados realizando un espectacular operativo para rescatar a una niña pequeña, que es entregada a sus padres hacia el final del spot, al tiempo que se muestra la cara de un policía sonriente
Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia
<ul style="list-style-type: none">▪ Culturas de paz<ul style="list-style-type: none">➤ No se observan▪ Cultura de violencia<ul style="list-style-type: none">➤ Se muestra a policías fuertemente armados➤ Se muestra a la policía como protectora de la sociedad al entregar a una niña presuntamente raptada a sus padres➤ Clara exaltación de los cuerpos policiacos
Otros comentarios y observaciones
➤ La musicalización, efectos sonoros, rapidez de las imágenes y contenido de las mismas transmiten acción, tecnología y equipamiento. El spot es un claro ejemplo de exaltación policial. Más que una comunicación publicitaria de un organismo público, pareciera que se estuviera viendo un tráiler de una película de acción

Spot nº 53

Información general	
Nombre del spot	Resultados
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra resultados de la estrategia nacional de seguridad. Se muestran principalmente imágenes de aseguramientos de droga, instalaciones para su producción, presentación de detenidos y elementos del ejército en operativos. El spot cierra con la imagen de un helicóptero de la policía federal en vuelo
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>El Gobierno Federal trabaja por tu seguridad y estos son los resultados. Sinaloa: el ejército localiza y asegura un invernadero con cultivos de marihuana. Michoacán: mediante un detector molecular se localizan y desmantelan 3 laboratorios de droga sintética. Guerrero: el ejército asegura 24 armas y más de 2000 cartuchos. Baja California: en un operativo conjunto se captura a 3 presuntos secuestradores del Cártel de Sinaloa. Con acciones como estas seguimos limpiando a México del crimen organizado. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de secuencias de archivo, principalmente exteriores que muestran operativos de las fuerzas armadas. Se recurre también a la animación computarizada de mapas ➤ Personajes: Fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por hombres detenidos ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot, empleo de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla ➤ Banda sonora: el spot está lleno de efectos sonoros que acompañan las transiciones, los textos sobre impresos, las animaciones y las cortinillas de inicio y de cierre. Son en su mayoría sonidos que connotan tecnología. Empleo de música electrónica de fondo que connota acción ➤ Montaje: destaca el uso de planos de detalle para mostrar drogas y armas incautadas y la utilización de animaciones computarizadas de mapas 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La frase final no aborda la estrategia de combate en su complejidad, se transmite que se está limpiando a México de las drogas, lo cual es simplista y oculta realidades como la violencia directa generada por los enfrentamientos entre fuerzas federales y crimen organizado
- Las palabras ejército y gobierno se repiten dos veces cada una

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías y militares fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicóptero)
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados

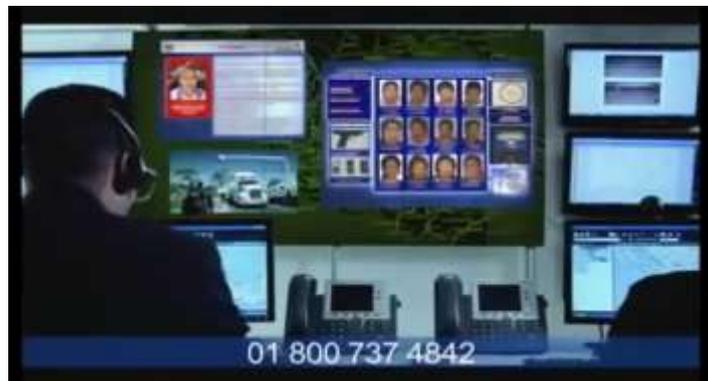
Otros comentarios y observaciones

- Entrada, salida y estructura semejante en los spots 34, 35, 36, 37, 38, 53 y 56
- Destaca la musicalización de acción empleada y los efectos gráficos que asemejan a los empleados en series de ficción

Spot nº 54

Información general	
Nombre del spot	Reclutamiento
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra a dos jóvenes estudiando, un hombre en una biblioteca y una mujer llevando a cabo experimentos en un laboratorio; posteriormente se muestra a los mismos jóvenes pero esta vez trabajando en una oficina de la policía federal. Además de las oficinas, aparecen imágenes de helicópteros en vuelo. El spot cierra con los dos jóvenes al centro de un semicírculo junto a otras personas en un plano general de un patio de la policía federal
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *México requiere de los mejores. Ven a formar parte de la nueva generación de policía científica e investigadora; hay un proyecto de vida para ti en las divisiones de: investigación, científica e inteligencia. Si cuentas con una carrera universitaria, únete a la policía federal. Secretaría de Seguridad Pública. Para proteger y servir a la comunidad*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interiores principalmente: laboratorio, biblioteca y oficinas
- Personajes: elementos de las fuerzas armadas representadas principalmente por un hombre y una mujer jóvenes llevando a cabo labores de oficina, no portan armas. Se observa a otros hombres y mujeres desarrollando acciones similares
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: música electrónica que connota acción acompaña todo el spot. Constante uso de efectos creados por ordenador para sonorizar transiciones, textos sobre impresos y la cortinilla de cierre del spot, así como elementos tecnológicos que son mostrados, como pantallas y ordenadores. Se escucha también el sonido de las hélices de un helicóptero
- Montaje: prevalece el uso de planos medios y primeros planos a lo largo del spot, hacia el final destaca el uso de un plano general para mostrar a gran cantidad de funcionarios policiacos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma de manera implícita que los miembros de la Policía Federal son "los mejores"
- Se presenta una imagen de la policía federal como un organismo altamente científico, dotado de gran tecnología e inteligencia

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 55

Información general	
Nombre del spot	El primo
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que presenta las imágenes de funcionarios públicos trabajando en oficinas, un organigrama del Cartel de Sinaloa, a policías manipulando el interior de un automóvil en busca de drogas, incautación de dinero y la presentación de presuntos criminales. Al finalizar, se muestra un mapa de Mesoamérica donde se indica de forma escrita que se destruyó un lazo entre carteles de México y Colombia; la escena final es de un padre tomando por la mano a su niño pequeño, el infante porta un globo y se muestra feliz
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Tras meses de investigación, el equipo de inteligencia de la policía federal descubrió el modo de operar de Gerónimo Gámez "El Primo", principal operador del Cártel de los Beltrán Leyva. "El Primo" tenía autos con compartimientos escondidos que se abrían con una clave secreta. La policía federal asegura un vehículo con un millón de dólares. El 29 de enero "El Primo" es capturado con 7 miembros de su banda y un narcotraficante colombiano. Con este golpe, la policía federal destruye un importante lazo entre el narcotráfico de Colombia y el Cártel de los Beltrán Leyva. Para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de secuencias de archivo de policías llevando a cabo operativos en exteriores y trabajos de oficina. Utilización de animaciones computarizadas para mostrar organigramas y mapas ➤ Personajes: sociedad civil representada por un niño pequeño. Presuntos delincuentes representados por hombres detenidos, ya sea siendo escoltados o mediante fichas policiales. Elementos de las fuerzas armadas representados por funcionarios de oficinas y policías uniformados y armados ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla 	

- Banda sonora: utilización de música electrónica que connota suspenso a lo largo del spot. Se recurre constantemente a efectos sonoros creados por ordenador para acompañar transiciones, textos sobrepuestos, animaciones y cortinilla de cierre
- Montaje: destaca el uso de animaciones computarizadas y planos de detalle a vehículos siendo manipulados por policías

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que la captura del presunto narcotraficante fue gracias a meses de investigación
- Se transmite que los presuntos delincuentes son astutos (al esconder la droga en compartimientos con claves secretas)
- Se utiliza terminología agresiva para referirse a los nexos del presunto narcotraficante detenido: Se "destruye" un importante lazo
- Se denomina "golpe" a la captura del presunto narcotraficante

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)

Otros comentarios y observaciones

- Las imágenes mostradas y los efectos gráficos que asemejan a los empleados en series de ficción

Spot nº 56

Información general	
Nombre del spot	El Gori
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos que muestra la ficha policiaca de Octavio Almanza Morales, como en el spot nº55 se muestra un organigrama con sus cómplices. El resto del spot muestra imágenes de policías y militares en acción. El spot cierra con la imagen de una niña con un niño más pequeño que ella en sus brazos, ambos sonríen a la cámara y el pequeño saluda
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Como resultado de una denuncia ciudadana, el ejército mexicano captura a Octavio Almanza Morales, alias "El Gori 4" junto con sus cómplices en Cancún, Quintana Roo. "El Gori 4", presunto lugarteniente del Cártel del Golfo, líder de una célula de Los Zetas, se le vincula con el cobarde asesinato del General Mauro Enrique Tello Quiñones. Trabajamos para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de secuencias de archivo, principalmente exteriores que muestran operativos de las fuerzas armadas. Se recurre también a la animación computarizada de mapas y organigramas ➤ Personajes: Fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por fichas policiales de hombres detenidos. Sociedad civil representada por una niña y un bebé ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot, empleo de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla ➤ Banda sonora: el spot está lleno de efectos sonoros que acompañan las transiciones, los textos sobre impresos, las animaciones y las cortinillas de inicio y de cierre. Son en su mayoría sonidos que connotan tecnología. Empleo de música electrónica de fondo que connota acción ➤ Montaje: destaca el uso de animaciones computarizadas de mapas y organigramas 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se denomina al asesinato del General como "cobarde"
- Se afirma que la captura del presunto delincuente fue posible gracias a una denuncia ciudadana

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a militares fuertemente armados
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)

Otros comentarios y observaciones

- Entrada, salida y estructura semejante en los spots 34, 35, 36, 37, 38, 53 y 56
- Destaca la musicalización de acción empleada y los efectos gráficos que asemejan a los empleados en series de ficción

Spot nº 57

Información general	
Nombre del spot	Resultados marzo
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos que presenta resultados de la estrategia de seguridad. Se muestran imágenes y se dan datos de incautaciones de drogas, condenas a criminales y confiscación de armas. La imagen final es un plano general de un hangar de la PGR donde se observa un avión, una ambulancia y varios vehículos
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Para que la droga no llegue a tus hijos, decidimos combatir al crimen organizado de frente y de fondo. Estos son algunos resultados: se han decomisado más de 4 mil toneladas de droga, los decomisos más grandes de la historia. Se han condenado a más de 43 mil delincuentes y confiscado 37 mil armas al crimen organizado. Trabajamos para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de animaciones computarizadas que muestran secuencias de fuerzas armadas en acción y textos sobreimpresos con cifras de resultados en materia de seguridad
- Personajes: Fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados o llevando a cabo labores de oficina. Presuntos delincuentes representados por hombres detenidos. Sociedad civil representada por una niña pequeña
- Iluminación: tenue a lo largo del spot, empleo de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: el spot está lleno de efectos sonoros que acompañan las transiciones, los textos sobre impresos, las animaciones y la cortinilla de cierre. Son en su mayoría sonidos que connotan tecnología. Empleo de música electrónica de fondo que connota acción
- Montaje: destaca el uso de animaciones computarizadas muy dinámicas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- A pesar de que el spot dura solo 20 segundos, la frase "para que la droga no llegue a tus hijos" es empleada dos veces
- Se afirma que se combate al crimen organizado se hace frente y de fondo
- Se utiliza constantemente el término "más" para informar sobre resultados: "más de 4 mil toneladas", "más de 43 mil delincuentes", los decomisos "más grandes"

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)

Otros comentarios y observaciones

- Destaca la musicalización de acción empleada y los efectos gráficos que asemejan a los empleados en series de ficción

Spot nº 58

Información general	
Nombre del spot	Ejército carta
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que cuenta con las siguientes escenas: en la primera de ellas se observa a un soldado en un cuartel, sentado en la cama baja de una litera, de noche, leyendo una carta gracias a la luz de una lámpara, la carta va contando un relato que enlaza con la siguiente escena donde aparece un avión despegando, una lancha con 3 militares, un soldado con un niño pequeño en brazos atravesando una zona inundada y a un soldado entrenándose. La siguiente escena vuelve a mostrar al soldado en el cuartel, quien observa varias fotografías de su familia. La siguiente escena muestra al soldado afuera de un autobús en una zona rural, rodeado por una mujer, una anciana, un niño y una joven; la joven lo abraza y le sonríe para posteriormente tomar unas maletas y subirse al autobús. La escena final muestra a la joven sentada en el interior del autobús, diciendo adiós con la mano al soldado a través de la ventana, el soldado responde el gesto y le sonríe
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off mujer: <i>Papá, te extraño. No viniste a mi cumpleaños porque te fuiste a ayudar en la inundación, pero estoy orgullosa porque defiendes a México, porque luchas contra los delincuentes y porque gracias a ti voy a cumplir mi sueño: ser doctora.</i></p> <p>Voz en off hombre: <i>Hay héroes que arriesgan sus vidas para que nuestros hijos realicen sus sueños, por eso, el Gobierno Federal ha puesto en marcha el programa integral de becas que cubrirá al 100% las colegiaturas de bachillerato o universidad de los hijos de todos los militares en activo. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<p>➤ Puesta en escena: se aprecian 3 locaciones principales: el interior de un cuartel militar, un camino rural con un pueblo al fondo y diversas secuencias de exteriores con militares llevando a cabo operativos de rescate</p>	

- Personajes: Elementos de las fuerzas armadas representadas por un soldado de mediana edad, uniformado y llevando a cabo tareas de rescate principalmente. Sociedad civil representada por una mujer joven. También se observa una familia
- Iluminación: tenue a lo largo del spot
- Banda sonora: no se aprecia el uso de efectos sonoros salvo para sonorizar los objetos de la cortinilla final. A lo largo del spot suena una música electrónica
- Montaje: destaca el uso de primeros planos y primerísimos primeros planos al rostro del militar, que permiten observar claramente sus emociones

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La supuesta hija del soldado se dice orgullosa porque su padre defiende a México y porque lucha contra los delincuentes
- Se denomina a los soldados como "héroes que arriesgan sus vidas para que nuestros hijos realicen sus sueños"
- El spot muestra una cara humana de las fuerzas armadas, al presentar a un soldado leyendo una carta de su hija, siendo abrazado por ella u observando fotos de su familia.
- Muestra también una imagen protectora, al presentar a un soldado llevando a un niño pequeño en brazos en una inundación

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se denomina a los militares como héroes que arriesgan sus vidas
 - Se muestra a militares como protectores de la sociedad (un soldado cargando en brazos a un menor en una inundación)
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para nuestros hijos realicen sus sueños)

Otros comentarios y observaciones

- La información presentada por la voz en off de la hija que lee la carta no se corresponde con el texto mostrado en la carta
- Es interesante que el Gobierno Federal haya puesto en marcha el programa de becas para los hijos de militares en activo, debido a que son "héroes que arriesgan sus vidas". ¿Existirán los mismos programas para las familias de otros "héroes que arriesgan sus vidas" como rescatistas o bomberos?
- El spot es una clara exaltación a las fuerzas armadas

Spot nº 59

Información general	
Nombre del spot	Ejército héroe
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que consta de 2 escenas; la primera de ellas está ambientada en una escuela primaria, donde un niño se encuentra al frente del salón junto a su maestra, el niño habla animado a sus compañeros que sonrían y se muestran sorprendidos por lo que el niño les cuenta. La siguiente escena muestra al mismo niño, sentado en una mesa, haciendo los deberes junto a su padre, que porta una playera militar, la madre se aproxima a ellos, los abraza y acaricia
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Profesora: <i>A ver Juan, dinos que hace tu papá</i> Niño: <i>¡Mi papá es un súper héroe!</i> Compañeros de clase: <i>¡Ahhhh!</i> Niño: <i>Mi papá salva muchas vidas y lucha contra los malos</i> Profesora: <i>¿y en dónde trababa tu papá?</i> Niño: <i>¡En el ejército!</i> Voz en off: <i>Hay héroes que arriesgan sus vidas para que nuestros hijos realicen sus sueños, por eso, el Gobierno Federal ha puesto en marcha el programa integral de becas que cubrirá al 100% las colegiaturas de bachillerato o universidad de los hijos de todos los militares en activo. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: interior de una escuela primaria y de una vivienda ➤ Personajes: sociedad civil representada por un niño pequeño y sus compañeros/as de clase. Aparece también su maestra y su madre. Elementos de las fuerzas armadas representadas por un soldado joven sin uniforme y al interior de su casa ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot ➤ Banda sonora: empleo de música electrónica a lo largo del spot. No se aprecia el uso de efectos sonoros salvo para sonorizar los objetos de la cortinilla final 	

- Montaje: uso constante de primeros planos que permiten observar las emociones del niño y del soldado

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se denomina a los soldados como "héroes que arriesgan sus vidas para que nuestros hijos realicen sus sueños"
- Se hace referencia a un militar como "súper héroe"
- Se afirma que el padre del niño lucha contra "los malos"
- Se afirma que el padre del niño "salva muchas vidas"
- El spot muestra una cara humana de las fuerzas armadas, al presentar a un soldado al interior de su vivienda en compañía de su esposa, ayudando a su hijo a hacer sus deberes

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se denomina a los militares como héroes que arriesgan sus vidas o súper héroes
 - Se afirma que los militares "salvan muchas vidas y luchan contra los malos"
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para nuestros hijos realicen sus sueños)

Otros comentarios y observaciones

- Es interesante que el Gobierno Federal haya puesto en marcha el programa de becas para los hijos de militares en activo, debido a que son "héroes que arriesgan sus vidas". ¿Existirán los mismos programas para las familias de otros "héroes que arriesgan sus vidas" como rescatistas o bomberos?
- El spot es una clara exaltación a las fuerzas armadas

Spot nº 6o

Información general	
Nombre del spot	Secuestradores
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 20 segundos que a través de mapas y textos en pantalla da cuenta de las capturas de presuntos secuestradores y narcotraficantes. La escena final es de una familia caminando despreocupada por un parque
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>El 5 de marzo la policía federal detuvo en Pachuca a 13 presuntos secuestradores integrantes de Los Zetas que también se dedicaban a extorsionar comercios y a la venta de drogas. En los últimos 45 días la policía federal ha detenido a 1 narcotraficante cada 14 horas y a 1 secuestrador cada día. Trabajamos para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: empleo de animaciones computarizadas para mostrar textos sobreimpresos principalmente ➤ Personajes: sociedad civil representada por una familia, fuerzas armadas por policías uniformados y armados y presuntos delincuentes por hombres detenidos ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot. Uso de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla ➤ Banda sonora: constante uso de efectos sonoros creados por ordenador para sonorizar animaciones, transiciones, textos sobreimpresos y cortinilla final. Música electrónica que connota acción acompaña todo el spot ➤ Montaje: destaca el uso de animaciones computarizadas dinámicas que muestran mapas y textos sobreimpresos 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los textos sobreimpresos y la narración transmiten que se están realizando numerosas detenciones ➤ Las animaciones computarizadas dinámicas empleadas aunadas a la musicalización 	

utilizada connotan acción

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan

- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)

Otros comentarios y observaciones

- La forma de presentar la información es claramente triunfalista; se afirma que se captura a un secuestrador al día y a un narcotraficante cada 14 horas
- Destaca la musicalización de acción empleada y los efectos gráficos que asemejan a los empleados en series de ficción

Spot nº 61

Información general	
Nombre del spot	Mamá, centro nueva vida 2
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República - SS
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra lo siguiente: una madre despide a su hija en edad de secundaria en la puerta de su casa, posteriormente la madre ingresa al cuarto de la hija para ordenarlo; al hacerlo, descubre un porro escondido en una caja de discos compactos, por lo que la madre comienza a buscar más droga desesperada por la habitación, mientras llora y se lamenta. En la siguiente escena se aprecia a la madre y la hija ingresando a un centro de salud, ya en el interior reciben asesoría por parte de un funcionario. El spot cierra con la madre tomando por el hombro a la hija (que está sonriendo) y dirige un mensaje a la cámara
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Mujer: *Nunca me imaginé que mi hija consumiera drogas... y el día que me enteré, ¡me quería morir!*

Voz en off: *Trabajamos para que la droga no llegue a tus hijos. Acércate a los centros nueva vida, aquí te damos el apoyo y la orientación que necesitas*

Mujer: *No estás sola, acércate*

Voz en off: *Secretaría de Salud*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interior de una vivienda y exterior e interior de una oficina de salud pública
- Personajes: Sociedad civil representada por una madre de mediana edad y su hija de unos 13 años
- Iluminación: natural y tenue a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece la parte inferior y superior de la pantalla en la primera parte del spot
- Banda sonora: No se aprecia el uso de efectos sonoros. Utilización de música electrónica a lo largo del spot

- Montaje: sobresale la utilización de planos medios cortos y primeros planos que permiten observar con claridad las emociones de la madre

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que la madre "se quería morir" al descubrir que su hija consumía mariguana
- Se invita hasta en 2 ocasiones a la sociedad a que se "acerque" en busca de ayuda
- Al descubrir que la hija consume mariguana, se muestra a la madre desconsolada y desesperada. Tras recibir consejos en un centro nueva vida, la madre se muestra tranquila y feliz

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Aborda la problemática de la drogadicción
 - Promoción de los centros nueva vida, se invita a la población a acercarse a ellos en caso de requerir ayuda
- **Cultura de violencia**
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 62

Información general	
Nombre del spot	Detenciones marzo
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que informa sobre diversas detenciones de presuntos delincuentes. Para ello hace uso de un mapa en donde se va resaltando el lugar donde fue detenido cada delincuente
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *El Gobierno Federal trabaja por tu seguridad. En los últimos días han sido capturados los siguientes presuntos delincuentes: Napoleón de Jesús Mendoza alias "El Napo", miembro del Cártel del Golfo; Sergio Peña alias "El Concord", líder de Los Zetas; Vicente Zambada alias "Vicentillo", líder del Cártel del Pacífico; Sigifredo Nájera alias "Canicón", líder de Los Zetas, Héctor Huerta Ríos alias "La Burra", operador del Cártel de los Beltrán Leyva; Vicente Carrillo, líder del Cártel de los Carrillo Fuentes e hijo de "el señor de los cielos". Trabajamos para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de animaciones computarizadas que muestran un mapa de México con diferentes transiciones y lugares de captura de presuntos delincuentes
- Personajes: presuntos delincuentes representados por las fichas criminales de hombres detenidos
- Iluminación: tenue a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: utilización de música electrónica de fondo. Constante uso de efectos sonoros generados por ordenador para animaciones, transiciones, textos sobreimpresos y cortinilla de inicio y cierre
- Montaje: utilización de animaciones por ordenador dinámicas que connotan tecnología

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La forma de presentar la información (demasiados datos) transmite que se está

deteniendo a una gran cantidad de presuntos delincuentes

- Los efectos sonoros, musicalización, rapidez y contenido de las imágenes presentadas, transmiten acción y eficacia

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

- Destaca la musicalización de acción empleada y los efectos gráficos que asemejan a los empleados en series de ficción

Spot nº 63

Información general	
Nombre del spot	Patriótico
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos. La mayor parte de las secuencias mostradas en él ya habían sido utilizadas previamente en otros spots y hacen referencia a policías escoltando a detenidos o llevando a cabo operativos, niños y jóvenes siendo asesorados por funcionarios, niños jugando y personas limpiando parques públicos. Las secuencias nuevas muestran a personas siendo sometidas al polígrafo, una gran bandera mexicana ondeando, ocupando toda la pantalla y un niño ayudando a su padre a lijar una pieza de madera, entre otras imágenes
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Que no haya droga en las calles ni en las escuelas, que los niños estén mejor informados para no caer en ella, que se acabe la impunidad, que se continúe deteniendo a más criminales y que los corruptos terminen en la cárcel. Que todos vivamos en un país donde respetemos las reglas, donde estemos orgullosos de ser mexicanos. Ese es el México por el que estamos luchando todos los días, un país seguro, donde todos podamos vivir mejor. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de imágenes de archivo previamente utilizadas en spots anteriores. Se muestra principalmente a miembros de la sociedad civil realizando tareas diarias en distintas locaciones y a elementos de las fuerzas armadas llevando a cabo operativos ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados. Sociedad civil representada por hombres mujeres, niños y niñas de diversas edades. Presuntos delincuentes representados por hombres detenidos siendo escoltados ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla ➤ Banda sonora: música electrónica de fondo. Utilización de efectos sonoros creados por 	

ordenador para textos sobreimpresos

- Montaje: no destaca un plano en particular, aunque se emplea un plano de detalle de la bandera de México por alrededor de 3 segundos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma de manera implícita que no estamos orgullosos de ser mexicanos y para cambiar esa percepción se está luchando todos los días por un país seguro
- El spot muestra diverso contenido de tipo emotivo y patriótico

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Promoción del programa escuela segura y los centros nueva vida
 - Promoción de la cultura de la legalidad
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 64

Información general	
Nombre del spot	Tiburones 1
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que consta de 3 escenas. La primera de ellas está ambientada en alta mar y muestra a un buque de guerra y a un helicóptero, posteriormente se muestran los trabajos de detección de drogas en un contenedor y de cómo es encontrada droga en el interior de unos tiburones congelados. La segunda escena se ambienta en una zona rural, donde militares resguardan un laboratorio clandestino de drogas sintéticas. Finalmente, la última escena muestra a un elemento de la marina en primer plano, con el rostro completamente cubierto y portando un rifle de asalto, al fondo se observa una gran cantidad de droga siendo incinerada
Número de repeticiones	36

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Gracias a los trabajos de inteligencia, la Secretaría de Marina detecta en Yucatán 2 contenedores sospechosos. Al ser revisados con rayos X y perros entrenados, descubre un cargamento de cocaína en el interior de tiburones congelados. En Sinaloa, la Secretaría de Marina descubre y desmantela el laboratorio de droga sintética más grande de Latinoamérica. El Gobierno Federal trabaja por tu seguridad. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de imágenes de archivo, principalmente de exteriores donde se observa a elementos de las fuerzas armadas llevando a cabo diversos operativos de decomiso de drogas
- Personajes: elementos de las fuerzas armadas representados por soldados uniformados y armados
- Iluminación: clara a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: música electrónica de fondo. Constante uso de efectos sonoros para transiciones, textos superpuestos, animaciones y cortinilla de cierre

- Montaje: destaca el uso de planos abiertos para mostrar vehículos acuáticos y aéreos en alta mar o a elementos de las fuerzas armadas llevando a cabo operativos. Utilización de efectos creados por ordenador para crear transiciones y hacer énfasis a textos sobreimpresos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se repite la frase Gobierno Federal 2 veces
- Destaca la música emotiva empleada en el spot, así como la presencia de vehículos acuáticos y aéreos de combate
- Los efectos visuales y sonoros del spot connotan tecnología e inteligencia

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a soldados fuertemente armados
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados
 - Se observa equipamiento de alto poder (buques de guerra, helicópteros, etc.)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 65

Información general	
Nombre del spot	Detenciones junio
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos con una estructura muy similar al nº62. Informa sobre diversas detenciones de presuntos delincuentes. Para ello hace uso de un mapa en donde se va resaltando el lugar donde fue detenido cada delincuente. El spot cierra con un primer plano a dos soldados vigilando junto a un arma larga empotrada en un vehículo militar
Número de repeticiones	92
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>En los últimos 60 días han sido capturados los siguientes presuntos delincuentes: Filiberto Parra alias "La Perra", líder del Cártel del Pacífico y uno de los más buscados por la DEA; Roberto Beltrán alias "El Doctor", líder del Cártel del Pacífico y principal operador de Joaquín "El Chapo" Guzmán; Juan Manuel Jurado alias "El Puma", jefe de plaza del Cártel del Golfo; Javier Ortiz alias "El Arquí", jefe de "La Familia" en el Estado de México y en Michoacán. El Gobierno Federal trabaja por tu seguridad. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de animaciones computarizadas que muestran un mapa de México con diferentes transiciones y lugares de captura de presuntos delincuentes ➤ Personajes: presuntos delincuentes representados por las fichas criminales de hombres detenidos. Fuerzas armadas representadas por soldados uniformados y armados ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla ➤ Banda sonora: utilización de música electrónica de fondo. Constante uso de efectos sonoros generados por ordenador para animaciones, transiciones, textos sobreimpresos y cortinilla de inicio y cierre ➤ Montaje: utilización de animaciones por ordenador dinámicas que connotan tecnología 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La frase Gobierno Federal es repetida 2 veces 	

- El spot informa exclusivamente sobre la captura de líderes o jefes de diversos cárteles, con lo que se transmite que se está capturando a criminales de importancia
- Los efectos sonoros y visuales, la rapidez de las imágenes y el contenido de las mismas, connotan tecnología e inteligencia
- Destaca la imagen de un par de soldados junto a un arma larga de gran calibre montada en un vehículo terrestre

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a militares fuertemente armados
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 66

Información general	
Nombre del spot	Detenciones septiembre
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra resultados sobre la captura de secuestradores y la puesta en libertad de secuestrados. El spot comienza mostrando imágenes de funcionarios trabajando en oficinas para posteriormente mostrar el asalto a una casa por parte de policías y la ficha criminal de Abel Silva Petricholet. El spot cierra con una secuencia en la que se muestran al menos 3 patrullas con la sirena encendida y 2 policías al lado de ellas
Número de repeticiones	86

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Gracias a las labores de inteligencia e investigación, la policía federal logró detener en el Estado de México al presunto secuestrador Abel Silva Petricholet, fundador de la banda "Los Tiras" y líder de la banda "Los Petricholet". Estas dos bandas de criminales son responsables de los secuestros de Fernando Martí, Antonio Equihua y 34 víctimas más. En 3 años se han desmantelado 100 bandas de secuestradores, capturado a 760 presuntos secuestradores y liberado a 521 víctimas. Trabajamos por tu seguridad. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de animaciones computarizadas con textos sobreimpresos e imágenes de archivo de interiores de oficinas
- Personajes: presuntos delincuentes representados por las fichas criminales de hombres detenidos y hombres esposados
- Iluminación: tenue a lo largo del spot
- Banda sonora: utilización de música electrónica de fondo. Constante uso de efectos sonoros generados por ordenador para animaciones, transiciones, textos sobreimpresos y cortinilla de inicio y cierre
- Montaje: utilización de animaciones por ordenador dinámicas que connotan tecnología

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se hace alusión específica a que los capturados fueron responsables del secuestro de Fernando Martí, un caso muy mediático en México por el que la sociedad mexicana exigía resultados
- Repetición sistemática de cifras de detenidos
- Los efectos sonoros y visuales, la rapidez de las imágenes y el contenido de las mismas, connotan tecnología y efectividad

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 67

Información general	
Nombre del spot	Resultados octubre
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que abre con un grupo de policías, fuertemente equipados y portando rifles de asalto avanzando en formación, posteriormente se muestran imágenes de detenidos, decomisos de droga e incautaciones de dinero. El spot cierra con las secuencias de un grupo de niños en un kínder mirando a la cámara, dos niñas más grandes mirando a la cámara y sonriendo y otros dos niños haciendo lo mismo. También aparece la secuencia mostrada en los spots nº52 y nº67 de un policía sonriente, rodeado de otros elementos policiacos abrazando a una niña pequeña y entregando a ésta a sus padres
Número de repeticiones	200
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Por tu seguridad, trabajamos como nunca nadie lo había hecho. Hemos detenido a 90 mil presuntos narcotraficantes, la droga decomisada y los plantíos erradicados equivalen a 35 mil millones de dosis que nunca llegarán a la calle, con un valor de 106 mil millones de pesos. Hemos desarticulado a 105 bandas de secuestradores y liberado a 528 víctimas. Estas son cifras, pero el resultado que buscamos es tu tranquilidad. Trabajamos con Fuerza por tu seguridad. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de animaciones computarizadas con textos sobreimpresos e imágenes de archivo de fuerzas armadas realizando operativos y de presuntos delincuentes detenidos ➤ Personajes: presuntos delincuentes representados por las fichas criminales de hombres detenidos y hombres esposados. Sociedad civil representada por niñas y niños pequeños. Fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla 	

- Banda sonora: utilización de música electrónica de fondo. Constante uso de efectos sonoros generados por ordenador para animaciones, transiciones, textos sobreimpresos y cortinilla de cierre
- Montaje: destaca la utilización de animaciones por ordenador dinámicas que connotan tecnología y de primeros planos de niños y niñas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Repetición sistemática de cifras sobre detenidos y decomisos
- Exaltación de la estrategia de combate al narcotráfico: se afirma que se trabaja como nunca nadie lo había hecho en materia de seguridad
- Los efectos sonoros y visuales, la rapidez de las imágenes y el contenido de las mismas, connotan tecnología e inteligencia
- Utilización sistemática de imágenes de niños/as felices

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los niños (mediante la última secuencia de imágenes)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 68

Información general	
Nombre del spot	Centro de inteligencia
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra las distintas instalaciones del centro de inteligencia de la policía federal, se observa a funcionarios trabajando y tecnología de punta en las zonas mostradas. Posteriormente se muestran las fichas policiales de diversos detenidos y la secuencia mostrada en los spots nº52 y nº67 de un policía sonriente, rodeado de otros elementos policiacos abrazando a una niña pequeña y entregando a ésta a sus padres
Número de repeticiones	65
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Para combatir a la delincuencia se necesita trabajo de inteligencia con ventaja técnica y operativa. Por eso se creó el centro de inteligencia de la policía federal, un centro integral que opera la información en seguridad a nivel nacional con una instalación estratégica y moderna, con tecnología de vanguardia para combatir el crimen organizado de manera más eficaz los 365 días del año. El objetivo final es la seguridad y tranquilidad de todos los mexicanos. Trabajamos fuerte por tu seguridad. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: se utilizan principalmente imágenes del interior de oficinas de la policía federal, donde aparecen numerosos ordenadores, pantallas y proyecciones de gran tamaño ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por un grupo nutrido de policías en labores de oficina y algunos otros uniformados y armados. Sociedad civil representada por una niña pequeña y sus padres ➤ Iluminación: artificial y clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: utilización de música electrónica de fondo durante todo el spot. Se recurre a efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en la cortinilla final del spot ➤ Montaje: predominan planos generales desde perspectivas altas que permiten mostrar 	

gran cantidad de equipo informático y tecnológico dentro de las oficinas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La palabra seguridad se repite 2 veces
- Se transmite que la policía federal cuenta con los mejores recursos técnicos para combatir al crimen organizado
- Hacia el final del spot se recurre a la secuencia utilizada en spots previos donde se aprecia a un policía entregando a una niña presuntamente secuestrada a sus padres

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los niños (mediante la secuencia final de imágenes)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 69

Información general	
Nombre del spot	Causa seguridad
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra a diversos niños y jóvenes jugando y estudiando en distintas locaciones, posteriormente se muestra el primer plano de un soldado con una bandera de México al fondo, a una joven recluta haciendo el saludo militar y el primer plano de un policía con una bandera de México al fondo. La última imagen muestra a una niña indígena sonriendo y mirando a la cámara
Número de repeticiones	104
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Los mexicanos merecemos vivir en un México tranquilo y seguro, donde tus hijos puedan salir a jugar a las calles, puedan estudiar sin peligros y puedan crecer y salir adelante. Por eso trabajamos con fuerza por tu seguridad; porque al combatir al crimen organizado, cambiamos la historia de muchos niños mexicanos y cambiamos la Historia de México. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de secuencias en exteriores, principalmente un parque y escuelas donde se muestra a niños y niñas sonrientes. Se muestra también a un soldado y a un policía por separado, en un día soleado con un bandera de México de gran tamaño ondeando detrás de ellos y a una marina con traje de gala siendo condecorada ➤ Personajes: sociedad civil representada por niños, niñas y jóvenes de distintas edades. Fuerzas armadas representadas por un soldado y un policía uniformados y una marina con uniforme de gala ➤ Iluminación: natural y clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: música electrónica acompaña todo el spot. No se hace uso de efectos salvo para sonORIZAR los objetos que aparecen en la cortinilla final ➤ Montaje: planos medios cortos para mostrar a las fuerzas armadas y primeros planos para la ciudadanía 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que el hecho de combatir al crimen, cambia la historia de muchos niños mexicanos
- Se afirma que el hecho de combatir al crimen, cambia la historia de México
- Se afirma de manera implícita que los hijos estudian con peligros, no pueden salir a jugar a las calles y se vive en un México intranquilo e inseguro
- Spot de carácter emotivo y patriótico
- El carácter patriótico del spot se fortaleció con las imágenes de un soldado y de un policía que miran al horizonte mientras a sus espaldas ondea una bandera monumental mexicana
- Utilización sistemática de imágenes de niños felices

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se abordan buenos deseos para la realidad mexicana
 - A través de las imágenes se promueven buenas prácticas como la convivencia o la lectura.
- **Cultura de violencia**
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los niños (al combatir al crimen organizado cambiamos la historia de muchos niños)

Otros comentarios y observaciones

- Primer spot en el que aparece una persona con vestimenta tradicional indígena (la niña de la secuencia final)

Spot nº 70

Información general	
Nombre del spot	Operativo diciembre
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que abre mostrando una imagen de archivo de Arturo Beltrán Leyva junto a imágenes de incautaciones de droga y armas, posteriormente se muestran imágenes del operativo y del interior de la casa donde este narcotraficante fue abatido. Posteriormente aparece un helicóptero aterrizando, dos mujeres jóvenes junto a un hombre joven siendo escoltados por militares para cerrar con la imagen de un grupo de niños, una familia y un cadete caminando hacia la cámara
Número de repeticiones	46

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Arturo Beltrán Leyva, cabeza del Cártel del Pacífico, conocido como "el jefe de jefes" era uno de los delincuentes más buscados en México y en el mundo. Gracias a los trabajos de inteligencia, la Armada de México realiza un operativo para detenerlo. Más de 20 sicarios abren fuego para defenderlo. La Armada de México repele la agresión y Arturo Beltrán Leyva muere tratando de escapar. Es un hecho, México sigue avanzando para convertirse en un país de leyes y de libertades donde las familias puedan vivir tranquilas. Trabajamos con fuerza por tu seguridad. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de animaciones computarizadas e imágenes de archivo de exteriores, donde se observa a soldados llevando a cabo operativos
- Personajes: fuerzas armadas representadas por soldados uniformados y armados. Sociedad civil representada por familias, jóvenes y niños/as. Presuntos delincuentes por fichas policiales de hombres y por dos mujeres y un hombre jóvenes detenidos y custodiados por soldados
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: utilización constante de efectos sonoros para animaciones, transiciones, textos sobreimpresos y cortinilla final. Uso de música electrónica de fondo durante

todo el spot

- Montaje: se recurre a animaciones computarizadas y a imágenes de archivo de operativos con planos diversos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Utilización de terminología que atenúa el operativo realizado para la captura de Arturo Beltrán (la Armada "repele" la agresión, Arturo Beltrán "muere" tratando de escapar)
- La muerte de Arturo Beltrán es presentada como algo casual (muere, en lugar de se le dio muerte o fue abatido)
- La frase "sigue avanzando" implica que se está recorriendo un camino
- Destaca una secuencia en la que se muestra a dos jovencitas y un joven siendo escoltados y presentados ante la presencia de soldados fuertemente armados

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (camiones de combate, un helicóptero)
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

- Llama poderosamente la atención la asepsia con la que es publicitada la intervención armada en la que se dio muerte a Arturo Beltrán. Se trató en realidad de un operativo sangriento que indignó a la sociedad mexicana porque tras darle muerte, elementos de las fuerzas armadas manipularon el cadáver del capo, le tiraron numerosos billetes encima y se hicieron fotos con el cuerpo. En el spot, estos sucesos son narrados como una agresión que fue repelida y donde Arturo Beltrán "muere"
- El spot, por tanto, no muestra imágenes de la violenta intervención en la que las fuerzas armadas dieron muerte al capo y en su lugar se transmite un relato alternativo

Spot nº 71

Información general	
Nombre del spot	Informe 3
Campaña	Informes del ejercicio de Gobierno
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que abre con un primer plano del Presidente Felipe Calderón hablando a la cámara, al fondo se observa a un contingente de policías en marcha, al menos 4 helicópteros, gran cantidad de motocicletas y otros vehículos policiales. Posteriormente se muestran secuencias de diversos policías entrenando y el spot cierra con un nueva toma del Presidente con los vehículos y contingentes policiales de fondo
Número de repeticiones	27

Fotograma



Transcripción (palabra)

Presidente Felipe Calderón: *Este es el centro de mando de la policía federal, aquí, policías honestos y comprometidos con México arriesgan su vida y trabajan día con día para ponerle un alto a la delincuencia. Esta es una nueva policía profesional, más eficaz y más preparada para protegerte y servir a tu comunidad; una policía confiable con la tecnología más avanzada. En el Gobierno Federal seguimos luchando por tu seguridad y la de tu familia para vivir mejor.*

Voz en off: *Tercer informe de gobierno. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: la mayor parte del spot transcurre en un espacio abierto de instalaciones policíacas
- Personajes: Presidente Felipe Calderón, fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados o llevando a cabo labores de oficina
- Iluminación: clara a lo largo del spot, aunque se usa un filtro que oscurece la parte superior e inferior de la pantalla
- Banda sonora: uso de música electrónica para todo el spot. Efectos sonoros creados por ordenador para transiciones y elementos de la cortinilla final
- Montaje: durante casi todo el spot se hace uso de un plano general que permite observar de fondo a un contingente de policías entrenándose, así como numerosos

vehículos policiacos terrestres y aéreos. Se muestra al Presidente Calderón en primer plano dirigiéndose de frente a cámara

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Las ideas de honestidad, compromiso, profesionalidad y eficacia son asociadas a la policía federal
- Se afirma que los policías "arriesgan la vida"
- Se alude, como en otros spots, a la familia
- Se observa en primer plano a Felipe Calderón con todo un aparato policiaco a sus espaldas: contingentes de policías, patrullas, helicópteros, motocicletas, etc.

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados
 - Se observa numeroso equipamiento de alto poder (patrullas, camionetas, motocicletas, camiones, helicópteros,
 - Se afirma que los policías arriesgan sus vidas para ponerle un alto a la delincuencia

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 72

Información general	
Nombre del spot	Seguridad operativo
Campaña	Informes del ejercicio de Gobierno
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 4 minutos referente al 3er informe de gobierno del Presidente Felipe Calderón donde se habla de los principales resultados en materia de seguridad. El spot muestra secuencias entrelazadas donde aparecen el Presidente en primer plano, con un edificio de la policía federal al fondo, policías y militares en acción, decomisos de drogas, detención de criminales y víctimas rescatadas
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Tercer informe de gobierno. El Presidente Felipe Calderón te habla en su tercer informe de gobierno de los principales resultados en materia de seguridad*

Presidente Felipe Calderón: *Estimados ciudadanos, las familias mexicanas son familias de trabajo que todos los días hacen un gran esfuerzo por salir adelante. Es injusto que ese esfuerzo se quede en manos de criminales. Sé que lo más importante para ti es que tu familia pueda vivir segura y salir a la calle sin temor. Por eso el Gobierno Federal trabaja por tu seguridad, estamos poniendo un alto al crimen organizado, un enemigo que mata, secuestra y extorsiona a gente inocente, que extorsiona a hombres y mujeres honestos, que acaba con las posibilidades de desarrollo de comunidades enteras, que trunca el futuro de muchas personas. Con el esfuerzo heroico de miles de policías, soldados, marinos y ministerios públicos federales, estamos golpeando duro a la delincuencia. Los criminales que estaban acostumbrados a operar con impunidad ahora viven bajo la amenaza permanente de ser capturados y llevados a la justicia. Los decomisos de droga afectan sus ganancias, los arrestos de sus líderes generan caos y desesperación en sus filas, las detenciones de funcionarios corruptos les quita la protección que tenían. En lo que va de este gobierno, hemos decomisado cerca de 50 mil armas al crimen, le hemos asegurado cantidades de droga como nunca antes en la historia de México, hemos incautado 5 mil toneladas de marihuana y casi 90 de cocaína; equivale a más de 2500 millones de dosis. Hemos detenido a casi 80 mil personas presuntamente vinculadas a la delincuencia y las hemos puesto a disposición de las autoridades. Muchas de ellas han sido líderes de los principales cárteles en distintas ciudades del país. Tan solo en el último año hemos capturado a casi 70 capos regionales de todos los cárteles, es decir, en un año hemos hecho más capturas que las que solían hacerse a lo largo de todo un sexenio. Estamos golpeando con decisión y sin distinguos a todos los grupos criminales. Quiero ser muy enfático en*

esta lucha. No nos limitamos ni centramos la lucha por combatir el narcotráfico nada más; esta lucha es fundamentalmente por tu seguridad y la de tu familia. Buscamos evitar que los criminales tomen el control de las comunidades y así pretendan imponer sus reglas. Esta lucha busca evitar que grupos criminales se adueñen del pueblo, de la ciudad donde vives y entonces se dediquen a secuestrar o a extorsionar a la población. Combatimos a la delincuencia para hacer valer la ley. Solo con un verdadero estado de derecho es posible garantizar la seguridad y la libertad de los ciudadanos y fomentar el crecimiento económico y los empleos que tanto necesitamos. La acción de los delincuentes lastima a los mexicanos en su integridad, su patrimonio y en su propia vida. Justamente uno de los delitos que más agravia a la sociedad es el secuestro; por eso hemos apoyado a las autoridades locales responsables de combatir este terrible mal. Solo este año, los últimos 12 meses, hemos detenido a más de 1400 secuestradores, hemos desarticulado a más de 200 bandas dedicadas al secuestro y hemos liberado a más de mil víctimas que habían sido secuestradas. Si seguimos así, muy pronto el secuestro va a reducir su incidencia perniciosa en el país. En el Gobierno Federal seguimos comprometidos con tu seguridad y la de tu familia. Con estas acciones estamos construyendo un México seguro, un México para vivir mejor

Voz en off: Tercer Informe de gobierno. Gobierno Federal

Imagen y sonido

- Puesta en escena: uso de imágenes de archivo de operativos diversos, animaciones computarizadas y secuencias al exterior de instalaciones de la policía federal
- Personajes: Presidente Felipe Calderón, fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por hombres detenidos y fichas policiales, se observa también a algunas mujeres jóvenes detenidas. Sociedad civil representada por un hombre y una mujer jóvenes supuestamente rescatados de secuestro
- Iluminación: clara a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece ligeramente las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: Uso de efectos sonoros a lo largo del spot para transiciones, textos sobreimpresos y cortinilla inicial y final. Se usan al menos 3 canciones electrónicas a lo largo del spot. En la primera de ellas destacan sonidos de tambores y recuerda al sonido producido por una banda de guerra. La segunda de ellas evoca a la banda sonora de las películas Piratas del Caribe y la tercera es mucho más pausada y tenue
- Montaje: durante buena parte del spot se muestran planos medios cortos de Calderón en el exterior de instalaciones de la policía federal dirigiéndose a la cámara de frente. Se hace uso de imágenes de archivo de policías llevando a cabo diversos operativos, así como de animaciones computarizadas para presentar información sobre presuntos detenidos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se hace referencia al crimen organizado como "el enemigo"
- Se afirma que el esfuerzo llevado a cabo por policías y soldados es "heroico"
- Mención sistemática de cifras sobre detenidos y decomisos
- Se asocian capturas y decomisos con la "construcción de un México seguro"

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- Culturas de paz
 - No se observan

▪ **Cultura de violencia**

- Se denomina al crimen organizado como "enemigo"
- Se denomina el esfuerzo de policías, soldados, marinos y ministerios públicos como heroico
- Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros, buques de guerra)
- Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
- Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

- La larga duración de la pieza hace que pierda impacto
- Destaca la musicalización empleada en el spot, a partir del minuto 2 suena la canción "mutiny on the sea", de Mark Petrie, la cual suena de manera muy similar a las bandas sonoras de las películas Piratas del Caribe, de reminiscencias heroicas

Spot nº 73

Información general	
Nombre del spot	Nueva policía
Campaña	Informes del ejercicio de Gobierno
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 4 minutos referente al 3er informe de gobierno del Presidente Felipe Calderón donde se habla de la creación de un nuevo cuerpo policiaco. El spot muestra secuencias entrelazadas donde aparecen el Presidente en primer plano, dentro de un edificio de la policía federal, con pantallas al fondo, funcionarios trabajando, policías capacitándose en interiores y exteriores y se entrevista a 2 mujeres y un hombre policías sobre sus vivencias al interior del cuerpo
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: Tercer informe de gobierno. El Presidente Felipe Calderón te habla en su tercer informe de gobierno sobre la nueva policía federal científica e investigadora

Presidente Felipe Calderón: Amigas y amigos, todos queremos un México más seguro, un México de leyes y de libertades. Para lograrlo, además de enfrentar a la delincuencia organizada con toda la fuerza del estado, es necesario depurar y profesionalizar a nuestras policías. Por eso estamos creando instituciones de seguridad con policías confiables, policías honestos y profesionales. Policías capaces de defender a tu familia con investigación profesional, con inteligencia y con estrategia; con más y mejores armamentos y con mejor tecnología. Hoy la policía federal cuenta con tecnología de vanguardia, como este centro de mando que es un punto clave de información para combatir eficazmente al crimen organizado en todo el país. Este centro opera ya con el sistema único de información criminal, que forma parte de la Plataforma México y que concentra en una sola base de datos los registros de criminalidad de policías del país y de la manera en la que actúa la delincuencia. Esta es la primera gran base de datos que reúne toda la información disponible sobre la actividad criminal en el país. Hoy todos los Estados de la República y los municipios más importantes están interconectados a Plataforma México. El objetivo es que las autoridades de los 3 órdenes de gobierno luchemos de manera firme y coordinada en contra del delito. Parte del esfuerzo de mejoramiento institucional es la formación de una nueva generación de policías científicos, investigadores, jóvenes universitarios bien capacitados que tienen la

voluntad de servir a México en las filas de la policía federal. Además, estamos aplicando exámenes de control de confianza a prácticamente todos los servidores públicos federales vinculados a las tareas de seguridad a fin de impedir que haya elementos corruptos en nuestra policía. Queremos asegurarnos de que la policía federal, también las policías estatales sean policías en las que tú puedas confiar

Mujer policía: Bueno, pues yo me siento orgullosa de ser policía federal porque me ha traído muchas satisfacciones; nos están preparando, nos están capacitando día a día.

Hombre policía: El entrenamiento nos da la oportunidad de hacer lo correcto en situaciones de peligro

Presidente Felipe Calderón: A fin de complementar esos esfuerzos, estamos fortaleciendo también nuestro marco legal. Muchos delincuentes se aprovechan de los vacíos de la ley para evadir la acción de la justicia; por eso, hemos reformado nuestro sistema de justicia penal, tenemos ahora leyes que poco a poco nos permitirán tener juicios más rápidos, más transparentes, más justos y más fáciles de entender; sobre todo más respetuosos de los derechos de las víctimas del delito. Estamos fortaleciendo la coordinación entre los municipios, los gobiernos de los Estados y la Federación para hacer más eficaces en la lucha contra la criminalidad. Con la ley de extinción de dominio aprobada por el Congreso, estamos expropiando los bienes que ha conseguido la delincuencia a partir de sus actividades criminales y así la estamos golpeando donde más le duele, en su dinero. Queremos dejarle a México cuerpos de seguridad y de justicia en los que tú puedas confiar y con la capacidad de darle a nuestro país la seguridad pública que demanda la ciudadanía. Con estas acciones, estamos construyendo el México que queremos, un México más seguro, un México para vivir mejor

Voz en off: Tercer informe de gobierno. Gobierno Federal

Imagen y sonido

- Puesta en escena: la mayor parte del spots transcurre al interior de oficinas de la policía donde se presentan planos americanos y medios cortos del Presidente Calderón y detrás de él se observa gran cantidad de pantallas de ordenador que muestran información diversa
- Personajes: Presidente Felipe Calderón, fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados. Primer spot en el que un hombre y una mujer policía hablan a la cámara. Sociedad civil representada por una mujer joven
- Iluminación: clara a lo largo del spot. Se usa un filtro que oscurece ligeramente las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: empleo de música electrónica a lo largo del spot. Utilización de efectos sonoros para cortinillas de inicio y cierre y para textos sobreimpresos
- Montaje: predominan planos americanos y medios cortos del Presidente Calderón

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se menciona por segunda ocasión en los spots los "derechos de las víctimas"
- Se usan los adjetivos "confiables", "honestos" y "profesionales" cuando se habla sobre los policías
- Se transmite que los cuerpos policiacos cuentan con la más alta tecnología y equipamiento

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se aborda brevemente el tema de los derechos de las víctimas

- **Cultura de violencia**
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros, camiones de combate)
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos

Otros comentarios y observaciones

- La larga duración de la pieza hace que pierda impacto

Spot nº 74

Información general	
Nombre del spot	Operativo enero A
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2010
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que informa sobre la detención de Eduardo Teodoro Simental, se muestra su ficha policial y momentos de su presentación. En el segundo 12 se muestra un cuerpo tendido sobre la tierra y en el siguiente segundo aparece un cuerpo tendido sobre la calle. Posteriormente se muestra un mapa de México donde se señala el lugar de la aprehensión del criminal e imágenes de operativos policiales. La secuencia final muestra a Eduardo Teodoro Simental junto a otro cómplice siendo escoltados por 3 policías fuertemente armados, de fondo se aprecia un <i>Black Hawk</i> de la policía federal con el rotor principal encendido, posteriormente se observa un contingente de policías avanzando en formación y a 4 camionetas de la policía federal acercándose a la cámara, cada camioneta transporta a por lo menos 4 policías
Número de repeticiones	29

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Eduardo Teodoro Simental alias "El Teo", líder del Cártel de los Arellano Félix, principal colaborador de Joaquín, "El Chapo" Guzmán, se le atribuyen más de 600 ejecuciones con métodos sanguinarios como la incineración, mutilación y decapitación y era jefe de "El Pozolero", gracias a los trabajos de inteligencia, la policía federal logró ubicarlo y fue capturado en un operativo conjunto con el Ejército, la Armada y la PGR y hoy está tras las rejas. Trabajamos con fuerza por tu seguridad. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de animaciones computarizadas e imágenes de archivo de detenidos y fuerzas armadas llevando a cabo operativos
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados, presuntos delincuentes representados por fichas policiales e imágenes de sus

<p>detenciones. Se observa también la imagen de dos cadáveres difuminados</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot➤ Banda sonora: empleo de música electrónica que connota acción a lo largo del spot. Utilización constante de sonidos creados por ordenador para animaciones, transiciones, textos sobreimpresos y cortinilla final➤ Montaje: empleo de animaciones computarizadas, primeros planos y planos americanos de detenidos, principalmente
Elementos clave de la estrategia comunicativa
<ul style="list-style-type: none">➤ Se proporcionan detalles sobre la crueldad del detenido➤ Se denomina "sanguinarios" a los métodos empleados por el detenido➤ Se afirma que se le atribuyen "600 ejecuciones" al detenido➤ Por primera vez hasta el momento, son mostrados cadáveres en un spot (2)
Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia
<ul style="list-style-type: none">▪ Culturas de paz<ul style="list-style-type: none">➤ No se observan ▪ Cultura de violencia<ul style="list-style-type: none">➤ Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros)➤ Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos➤ Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados
Otros comentarios y observaciones

Spot nº 75

Información general	
Nombre del spot	Operativo enero B
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2010
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que informa sobre la detención de Eduardo Teodoro Simental y de "El Pozolero". Se muestran nuevamente los cadáveres mostrados en el spot nº74 y cierra con la secuencia de imágenes también mostrada en ese spot: Eduardo Teodoro Simental junto a otro cómplice siendo escoltados por 3 policías fuertemente armados, de fondo se aprecia un <i>Black Hawk</i> de la policía federal con el rotor principal encendido, posteriormente se observa un contingente de policías avanzando en formación y a 4 camionetas de la policía federal acercándose a la cámara, cada camioneta transporta a por lo menos 4 policías
Número de repeticiones	114
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>El 12 de enero la policía federal detuvo a Eduardo Teodoro Simental alias "El Teo", a quién se le atribuyen más de 600 ejecuciones. Líder del Cártel de los Arellano Félix, principal colaborador de Joaquín, "El Chapo" Guzmán y jefe de "El Pozolero", quien era quien se encargaba de disolver a sus víctimas en ácido. Gracias a los trabajos de inteligencia, la policía federal logró ubicarlo y fue capturado en un operativo conjunto del Gobierno Federal. Hoy está detenido. Trabajamos con fuerza por tu seguridad. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de animaciones computarizadas e imágenes de archivo de detenidos y fuerzas armadas llevando a cabo operativos ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados, presuntos delincuentes representados por fichas policiales e imágenes de sus detenciones. Se observa también la imagen de dos cadáveres difuminados ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot ➤ Banda sonora: empleo de música electrónica que connota acción a lo largo del spot. Utilización constante de sonidos creados por ordenador para animaciones, 	

transiciones, textos sobreimpresos y cortinilla final

- Montaje: empleo de animaciones computarizadas, primeros planos y planos americanos de detenidos, principalmente

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se proporcionan detalles sobre la crueldad de uno de los detenidos
- Por segunda vez hasta ahora, son mostrados 2 cadáveres, se trata de los mismos cuerpos que en el spot anterior
- Se afirma que se le atribuyen "600 ejecuciones" a uno de los detenidos
- Se hace énfasis mediante un efecto sonoro, de que uno de los detenidos "disolvía a sus víctimas en ácido"

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros)
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 76

Información general	
Nombre del spot	Seguridad causa
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2010
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que utiliza secuencias mostradas en spots previos, se aprecia a funcionarios y militares llevando a cabo sus tareas diarias, reuniones de padres de familia, jóvenes recibiendo capacitación por parte de funcionarios, personas cuidando y limpiando parques, familias y niños sonriendo. La escena final muestra a una mujer joven jugando con una bebé en sus brazos
Número de repeticiones	47
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Al depurar y capacitar a nuestra policía federal, al dotar a todas las fuerzas del orden de mejor equipo, tecnología e inteligencia, los mexicanos estamos mejor preparados para enfrentar a la delincuencia. Al educar para prevenir, al atender a quienes lo necesitan, al rescatar lo que es nuestro, trabajamos para que México sea un país seguro, Vale la pena la lucha. La razón eres tú. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de diversas imágenes de archivo, algunas usadas previamente, que muestran a elementos de las fuerzas armadas llevando a cabo diferentes acciones y a miembros de la sociedad civil en tareas diarias ➤ Personajes: sociedad civil representada por maestros, padres, niños y niñas de diferentes edades. Fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece ligeramente la parte superior e inferior de la pantalla ➤ Banda sonora: empleo de música electrónica de fondo. Utilización de efectos sonoros sólo en la cortinilla final ➤ Montaje: predominan planos medios cortos y cortos de policías y sociedad civil 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma directamente que "vale la pena llevar a cabo la lucha"
- Se señala que la razón de dicha lucha "eres tú"
- Spot de carácter emotivo y patriótico
- Utilización sistemática de imágenes de niños

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Promoción de programas preventivos y buenas prácticas sociales
- **Cultura de violencia**
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicóptero)
 - Justificación directa de la estrategia de combate (vale la pena la lucha)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 77

Información general	
Nombre del spot	Seguridad jóvenes
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2010
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos ambientado en una fonda en donde un grupo de jóvenes hablan sobre la realidad del país en materia de seguridad. algunos de ellos se quejan de la violencia, mientras que 2 jóvenes justifican la estrategia emprendida por el gobierno. Al final, estos 2 jóvenes convencen al resto con sus argumentos
Número de repeticiones	216

Fotograma



Transcripción (palabra)

Hombre 1: *¡La cosa está cada vez peor!*
 Hombre 2: *¿Quieres que sigan extorsionando, secuestrando y vendiendo droga?*
 Mujer 1: *Pero hay mucha violencia*
 Hombre 2: *¡Desde siempre!, lo que pasa es que no se hacía nada*
 Mujer 2: *A mi papá ya lo habían secuestrado y mi hermano se enganchó con la droga*
 Hombre 3: *Las cosas ya estaban mal, si no se hacía nada desde ahorita, imagínense después.*
 Mujer 1: *¡Sí!, el crimen organizado no debe decidir el rumbo de mi vida ni de mi país*
 Hombre 1: *¡Pos sí, tienes razón!*
 Voz en off: *Vale la pena la lucha. La razón eres tú. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interior de restaurante popular mexicano
- Personajes: Sociedad civil representada por un grupo de hombres y mujeres jóvenes
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: sonido ambiente del restaurante. Empleo de efectos sonoros únicamente en la cortinilla final
- Montaje: constante uso de planos medios cortos de los personajes

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se utiliza a un grupo de ciudadanos para justificar la estrategia de combate

- Se afirma que antes "no se hacía nada" por resolver la violencia
- Se afirma directamente "vale la pena la lucha"
- Se señala que la razón de dicha lucha "eres tú"
- Segunda apelación a la violencia por parte de la ciudadanía (la anterior fue en el spot nº9)
- Primera apelación a que la sociedad estaba cansada el combate al crimen organizado (el hombre 1 se queja de la situación en el país)

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Justificación directa de la estrategia de combate a lo largo del spot

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 78

Información general	
Nombre del spot	Familia policía única
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2010
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos ambientado en la sala de estar de una casa, donde una anciana y una mujer joven observan la televisión. La anciana hace referencia a una nueva policía creada por el gobierno y la mujer se muestra ilusionada con el proyecto. En una segunda escena se muestra el entrenamiento de contingentes policiacos; aparecen 4 helicópteros, 2 en tierra y 2 en aire
Número de repeticiones	44
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off televisión: <i>La idea es que haya 32 cuerpos policiacos...</i> Hija: <i>Tu café mamá</i> Madre: <i>Ay hija, estoy picada con esto de la policía única</i> Hija: <i>¿La que propone el presidente?</i> Madre: <i>¡Sí! va a ser como la policía federal, más honesta y mejor preparada</i> Hija: <i>¡Imagínate, así sí la hacemos!</i> Madre: <i>Y estaremos más tranquilos</i> Voz en off: <i>Policías en las calles más honestos, mejor preparados y mejor equipados para cuidarte a ti y a tu familia. Con la policía única estatal construimos un México más fuerte. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: sala de estar de una vivienda y empleo de imágenes de archivo de exteriores donde se muestra a fuerzas armadas entrenándose ➤ Personajes: Sociedad civil: mujer joven y mujer de edad avanzada. Fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados ➤ Iluminación: artificial y tenue a lo largo del spot ➤ Banda sonora: se escucha un noticiero en la televisión de fondo. Uso de música electrónica a lo largo del spot. Empleo de efectos sonoros creados por ordenador para cortinilla final ➤ Montaje: resalta el uso de primeros planos a las mujeres que permiten observar con 	

claridad sus emociones

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que gracias a la policía se construye un México "más fuerte"
- Uso de lenguaje coloquial
- Clara exaltación de los cuerpos policiacos
- Se asocian los términos "honestidad" y "preparación" a la policía
- Spot de carácter emotivo y patriótico
- Se muestran diversas imágenes de policías en acción

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros)
 - Se muestra a policías fuertemente armados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 79

Información general	
Nombre del spot	4to año de gobierno seguridad
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2010
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que abre con la imagen de una mujer joven recibiendo su nombramiento como policía, posteriormente se observa a su familia abrazándola y felicitándola. La abuela es la misma anciana que aparece en el spot nº78. Posteriormente se muestran diversas imágenes de la joven policía entrenándose
Número de repeticiones	93

Fotograma



Transcripción (palabra)

Abuela: *¡Un aplauso a nuestra nueva policía!*

Padre: *Mija, con policías como tú, así de comprometidos y honestos las cosas van a estar mejor*

Hija: *¡Te prometo que así será, Papá!*

Voz en off: *Durante el Gobierno del Presidente de la República la policía federal ha aumentado de 12 mil a casi 35 mil elementos, más honestos, preparados y mejor equipados para cuidarte a ti y a tu familia. Con más y mejores policías construimos un México más fuerte. Cuarto año de gobierno. Gobierno Federal.*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: exterior de instalaciones policíacas e imágenes exteriores también de policías entrenándose
- Personajes: Sociedad civil representada por un hombre y una mujer maduros y una mujer anciana. Fuerzas armadas representadas por una policía protagonista. Se observa también a otros hombres y mujeres policías con uniforme de gala y portando armamento y equipo
- Iluminación: clara a lo largo del spot. Se emplea un filtro que oscurece ligeramente las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: música electrónica de fondo a lo largo del spot. Utilización de efectos sonoros creados por ordenador para textos sobreimpresos y cortinilla final
- Montaje: destacan primeros planos a la policía protagonista del spot

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- El spot claramente exalta a la policía Federal
- Se afirma que gracias a "más y mejores policías" se construye un México "más fuerte"
- Uso de lenguaje coloquial
- Se asocian los términos "honestidad" y "preparación" a la policía
- Se hace referencia a que los policías "cuidan de ti y tu familia"
- Spot de carácter emotivo que transmite esperanza

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se afirma que con más policías se construye un México más fuerte
 - Se muestra a policías fuertemente armados
 - Se exalta la figura de la policía (un aplauso a nuestra nueva policía)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 80

Información general	
Nombre del spot	Informe seguridad
Campaña	Informes de ejercicio de gobierno
Año de emisión	2010
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos donde el Presidente habla sobre la estrategia de seguridad. El Presidente se encuentra en un despacho con un escritorio, un librero y una bandera de México al fondo, entre otras cosas. Se muestran también imágenes de personas caminando despreocupadas, así como de policías, militares y servidores públicos
Número de repeticiones	96
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Presidente Felipe Calderón: <i>Desde el inicio de mi gobierno estamos combatiendo y debilitando como nunca a la delincuencia. Asegurar la tranquilidad en todos los lugares del país requiere la suma de esfuerzos. Autoridades y ciudadanos debemos fortalecer la estrategia nacional de seguridad. Exigiéndonos y trabajando juntos lograremos un México más libre y más seguro. México tiene el rumbo claro, vale la pena la lucha, la razón eres tú</i></p> <p>Voz en off: <i>Seguimos construyendo un México más fuerte. Cuarto informe de gobierno. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: interior de una oficina institucional, uso de imágenes de archivo de sociedad civil y elementos de las fuerzas armadas. Uso de animaciones computarizadas ➤ Personajes: Presidente Felipe Calderón. Sociedad civil representada por hombres y mujeres de diversas edades, se observa también a un par de niños. Fuerzas armadas representadas por policías y soldados ➤ Iluminación: clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: música electrónica de fondo. Empleo de efectos sonoros para textos sobreimpresos y cortinilla final ➤ Montaje: planos medios cortos para el presidente y sociedad civil, primeros planos para fuerzas armadas 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma directamente que "vale la pena la lucha"
- Se alude que la razón de tal lucha "eres tú"
- Se señala que se está combatiendo a la delincuencia "como nunca"

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se invita a la población a fortalecer la estrategia de seguridad
- **Cultura de violencia**
 - Justificación directa de la estrategia de combate (vale la pena la lucha)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 81

Información general	
Nombre del spot	Informe seguridad I
Campaña	Informes de ejercicio de gobierno
Año de emisión	2010
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos donde el Presidente habla sobre la estrategia de seguridad. El Presidente se encuentra en un despacho con un escritorio, un librero y una bandera de México al fondo, entre otras cosas. Se muestran también imágenes de policías y servidores públicos. El spot cierra con la imagen de unos niños sonriendo y el primer plano de un hombre mirando a la cámara
Número de repeticiones	48

Fotograma



Transcripción (palabra)

Presidente Felipe Calderón: *Como nunca antes estamos debilitando la estructura y el poder económico de la delincuencia, haciendo decomisos históricos en drogas, armas y dinero. Hoy contamos con una policía federal profesional, mejor equipada y más honesta. La seguridad es responsabilidad de todos, por eso he convocado a autoridades y ciudadanos a fortalecer la estrategia nacional de seguridad. Vale la pena la lucha, la razón eres tú*

Voz en off: *Seguimos construyendo un México más fuerte. Cuarto informe de gobierno. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interior de una oficina institucional, uso de imágenes de archivo de sociedad civil y elementos de las fuerzas armadas. Uso de animaciones computarizadas
- Personajes: Presidente Felipe Calderón. Sociedad civil representada por tres niños y un hombre adulto. Fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados y vestidos de civil
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: música electrónica de fondo. Empleo de efectos sonoros para textos sobreimpresos y cortinilla final
- Montaje: planos medios cortos para el presidente

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma directamente que "vale la pena la lucha"
- Se alude que la razón de tal lucha "eres tú"
- Se señala que se está debilitando a la delincuencia "como nunca"

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se afirma que la seguridad es responsabilidad de todos
- **Cultura de violencia**
 - Justificación directa de la estrategia de combate (vale la pena la lucha)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 82

Información general	
Nombre del spot	Centros nueva vida
Campaña	Desarrollo social e igualdad de oportunidades
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos. Se trata del mismo spot que el nº61
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Mujer: <i>Nunca me imaginé que mi hija consumiera drogas... y el día que me enteré, ¡me quería morir!</i></p> <p>Voz en off: <i>Trabajamos para que la droga no llegue a tus hijos. Acércate a los centros nueva vida, aquí te damos el apoyo y la orientación que necesitas</i></p> <p>Mujer: <i>No estás sola, acércate</i></p> <p>Voz en off: <i>Secretaría de Salud</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: interior de una vivienda y exterior e interior de una oficina de salud pública ➤ Personajes: Sociedad civil representada por una madre de mediana edad y su hija de unos 13 años ➤ Iluminación: natural y tenue a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece la parte inferior y superior de la pantalla en la primera parte del spot ➤ Banda sonora: No se aprecia el uso de efectos sonoros. Utilización de música electrónica a lo largo del spot ➤ Montaje: sobresale la utilización de planos medios cortos y primeros planos que permiten observar con claridad las emociones de la madre 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se afirma que la madre "se quería morir" al descubrir que su hija consumía mariguana ➤ Se invita hasta en 2 ocasiones a la sociedad a que se "acerque" en busca de ayuda ➤ Al descubrir que la hija consume mariguana, se muestra a la madre desconsolada y desesperada. Tras recibir consejos en un centro nueva vida, la madre se muestra tranquila y feliz 	

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Aborda la problemática de la drogadicción
 - Promoción de los centros nueva vida, se invita a la población a acercarse a ellos en caso de requerir ayuda

- **Cultura de violencia**
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 83

Información general	
Nombre del spot	Extorsión
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República - SSP
Descripción general	Spot de 30 segundos en el que una mujer, sentada en el sofá de una sala cuenta a la cámara su experiencia tras haber recibido llamadas de extorsión y haber llamado al 088. Además de la mujer, en una parte del spot se muestra una toma de una oficina donde funcionarios públicos reciben llamadas
Número de repeticiones	230

Fotograma



Transcripción (palabra)

Mujer: *Yo estuve recibiendo llamadas de extorsión. Querían hacer negocio conmigo, ¡vaya!, me pedían dinero... y estuve a punto de caer, porque una se angustia. Pero la última vez que me llamaron, ¡dije hasta aquí!; escuché, colgué y llamé al 088 y ahí recibí orientación y apoyo. ¿Y saben qué?, me sentí tranquila porque llamé y me dijeron que hacer. Recuerda, escucha, cuelga y llama al 088. ¡Tu llamada ayuda a acabar con este delito!*

Voz en off: *Secretaría de Seguridad Pública. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: sala de estar de una vivienda, interior de oficinas policiales
- Personajes: sociedad civil representada por una mujer joven. Fuerzas armadas representada por funcionarios llevando a cabo labores de oficina
- Iluminación: natural y clara a lo largo del spot
- Banda sonora: música electrónica de fondo. Utilización de efectos sonoros creados por ordenador para cortinilla final
- Montaje: planos medios cortos y primeros planos para la mujer

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se transmite que la mujer se sintió tranquila tras llamar al 088
- Spot de carácter informativo sin importantes aportes de imagen o de efectos sonoros

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Promoción de la denuncia ciudadana

- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 84

Información general	
Nombre del spot	Capturas enero
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra un gráfico con las fotografías de los 37 principales objetivos del Gobierno Federal en cuanto a la lucha al narcotráfico. Los colores usados en el spot son tenues. sobre cada fotografía aparece una cruz en rojo brillante y la palabra procesado para el caso de los delincuentes detenidos, mientras que la palabra abatido es usada para los que perdieron la vida. Se afirma que en menos de dos años 20 de los 37 objetivos han sido capturados o abatidos. El spot cierra con una secuencia de imágenes en la que aparecen jóvenes estudiando, y familias jugando. La imagen final es de un niño y una niña sonriendo, mirando a la cámara
Número de repeticiones	224

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *En marzo de 2009 el Gobierno del Presidente de la República a través de la PGR, presentó a los 37 delincuentes más buscados de México. Los que causaron muerte, secuestros, extorsiones y violencia. En menos de 2 años 20 de ellos han sido capturados o abatidos. Así, ya no podrán lastimar a México. Seguiremos debilitando a la delincuencia organizada para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: uso de animaciones creadas por ordenador y de imágenes de archivo de detenciones de presuntos delincuentes y de niños y familias
- Personajes: sociedad civil representada por niños y familias. Presuntos delincuentes representados por hombres detenidos y fichas policiales. Fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados
- Iluminación: tenue a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: constante uso de efectos sonoros creados por ordenador para animaciones, transiciones, texto sobrepuestos y cortinilla de cierre. Empleo de música

<p>electrónica a lo largo del spot</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Montaje: destaca el uso de animaciones computarizadas que muestran fotografías de presuntos criminales a modo de dianas a ser abatidas
Elementos clave de la estrategia comunicativa
<ul style="list-style-type: none">➤ Utilización de la palabra "abatidos" para hacer referencia a criminales a los que la policía o el ejército dio muerte➤ Las fotografías de los criminales más buscados son mostradas a modo de diana que ha de ser abatida➤ Utilización sistemática de imágenes de niños
Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia
<ul style="list-style-type: none">▪ Culturas de paz<ul style="list-style-type: none">➤ No se observan▪ Cultura de violencia<ul style="list-style-type: none">➤ Se muestra a los presuntos criminales como objetivos a ser abatidos➤ Se observa a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos, algunos de ellos golpeados➤ Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)➤ Justificación de la estrategia mediante la presentación de resultados
Otros comentarios y observaciones

Spot nº 85

Información general	
Nombre del spot	Extorsión marzo
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República - SSP
Descripción general	Spot de 30 segundos, continuación del spot nº83. Se observa a un grupo de personas en una parada de autobús; dos hombres charlan entre ellos sobre su experiencia al haber recibido llamadas de extorsión, de repente, una mujer interrumpe su conversación (se trata de la protagonista del spot nº83) y les recomienda que si vuelven a recibir ese tipo de llamadas, se comuniquen con el 088. El resto de personas que estaban en la parada de autobús se interesan por la conversación y escuchan atentos lo que dice la mujer
Número de repeticiones	179

Fotograma



Transcripción (palabra)

Hombre 1: *Si, ¿pero qué haces?, esas llamadas asustan, te la crees*

Hombre 2: *A mí también me llamaron, me pidieron dinero pero pensé que era broma y colgué.*

Hombre 1: *¿Y si fuera cierto?*

Mujer: *¿Les puedo dar un consejo? Si les llaman para pedirles dinero lo mejor es escuchar, colgar y llamar al 088*

Hombre 1: *¿Y ahí qué o qué?*

Mujer: *En el 088 te dicen que hacer y te quedas más tranquilo. Recuerda, escucha, cuelga y llama al 088. Con nuestra llamada ayudamos a acabar con este delito. Secretaría de Seguridad Pública*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: parada de autobús de transporte público en una calle cualquiera
- Personajes: sociedad civil representada por hombres y mujeres adultos de distintas edades
- Iluminación: natural y clara a lo largo del spot
- Banda sonora: sonido ambiente acompañado de efectos sonoros creados por ordenador. Se hace uso de estos efectos también en la cortinilla final
- Montaje: principalmente primeros planos de las personas mostradas que permiten observar con claridad sus emociones

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se transmite que se siente tranquilidad al llamar al 088
- Se afirma que las supuestas llamadas de extorsión "asustan"
- Spot de carácter informativo sin mayores aportes de imagen o sonoros a nuestra investigación

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Promoción de la denuncia ciudadana
- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 86

Información general	
Nombre del spot	Capturas marzo
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos similar al nº84 en el que aparece un gráfico con las fotografías de los criminales más buscados por el gobierno. Se indica que 20 de esos 37 delincuentes han sido ya capturados o abatidos y se hace hincapié en que el gobierno ha dañado a todos los grupos criminales sin excepción. El spot cierra con la imagen de unos niños jugando
Número de repeticiones	206

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Durante el Gobierno del Presidente de la República, 20 de los 37 delincuentes de todos los grupos criminales sin excepción, han sido capturados o abatidos. Golfo-Zetas, Beltrán Leyva, Carrillo Fuentes, Pacífico, Arellano Félix. Así ya no podrán lastimar a México. Seguiremos debilitando a la delincuencia organizada para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: uso de animaciones creadas por ordenador y de imágenes de archivo de detenciones de presuntos delincuentes, así como de niños y niñas
- Personajes: sociedad civil representada por niños y niñas. Presuntos delincuentes representados por hombres detenidos y fichas policiales. Fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados
- Iluminación: tenue a lo largo del spot
- Banda sonora: constante uso de efectos sonoros creados por ordenador para animaciones, transiciones, texto sobrepuestos y cortinilla de cierre. Empleo de música electrónica a lo largo del spot
- Montaje: destaca el uso de animaciones computarizadas que muestran fotografías de presuntos criminales a modo de dianas a ser abatidas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Ante las críticas de parte algunos sectores de la población y de la prensa acerca de que Gobierno Federal estaba atacando a todos los cárteles menos al del Pacífico, se emplea la frase: "20 de los 37 delincuentes de todos los grupos criminales sin excepción, han sido capturados o abatidos"
- Utilización de la palabra "abatidos" para hacer referencia a criminales a los que la policía o el ejército dio muerte
- Las fotos de los criminales más buscados son mostradas a modo de diana que ha de ser abatida
- Utilización sistemática de imágenes de niños

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a los presuntos criminales como objetivos a ser abatidos
 - Se observa a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)
 - Justificación de la estrategia mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 87

Información general	
Nombre del spot	Extorsión Mayo
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos, continuación y desenlace de los spots nº 83 y 85. La misma mujer que apareció en los spots antes mencionados ahora se encuentra sentada en una mesa con comida frente a ella, habla de frente a la cámara y asegura que gracias a las llamadas de las personas al 088, cada vez más gente no está siendo víctima de la extorsión. La mujer invita nuevamente a llamar al 088 en caso de recibir ese tipo de llamadas
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Mujer: <i>Cada vez hemos recibido más llamadas al 088. Y cada vez, gracias a estas llamadas, más personas no caen en la extorsión. Recuerda, si te llaman para pedirte dinero lo mejor es escuchar, colgar y llamar al 088. En el 088 te dicen que hacer y te quedas más tranquilo. Sigue llamando, porque con tu llamada ayudas a acabar con este delito. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: comedor de una vivienda ➤ Personajes: sociedad civil representada por una mujer joven ➤ Iluminación: natural y clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: música electrónica de fondo. Utilización de efectos sonoros creados por ordenador para cortinilla final ➤ Montaje: planos medios cortos y primeros planos para la mujer 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se transmite que la mujer se sintió tranquila tras llamar al 088 ➤ Spot de carácter informativo sin importantes aportes de imagen o de efectos sonoros. 	

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promociona la denuncia ciudadana

- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 88

Información general	
Nombre del spot	Adicciones junio
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República - SS
Descripción general	Spot de 30 segundos que abre con la secuencia de una familia (padre, madre e hija pequeña) ante un féretro; en su interior se encuentra el cadáver de un menor de edad. Posteriormente se muestran secuencias de presuntos narcotraficantes entregando drogas a niños y jóvenes así como de presuntos jóvenes adictos solos en sus habitaciones o discutiendo con sus padres, se observa también a un joven tumbado en una camilla con una máscara de oxígeno y una imagen del cadáver de otro joven. El spot cierra con una secuencia utilizada en spots anteriores donde se ve a una madre con su hija recibiendo orientación contra las drogas por parte de un funcionario público
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>El crimen organizado es un cáncer que destruye familias. El narcotraficante engancha con dosis gratuitas a niños y jóvenes. Se presentan como gente de éxito, líderes, se ganan su confianza. Supuestos amigos que en realidad son asesinos de niños. Los padres difícilmente se enteran que sus hijos son adictos; se vuelven silenciosos, irritables, violentos y los padres no saben qué hacer. Las consecuencias a veces son fatales. Acércate a los centros nueva vida, aquí te damos el apoyo y la orientación que necesitas. Secretaría de Salud</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: interior de una funeraria, interiores de viviendas y secuencias de archivo varias de drogas y presuntos delincuentes, principalmente ➤ Personajes: Sociedad civil representada por los cadáveres de dos niños, por padres de familia, jóvenes y un par de niñas. Presuntos delincuentes representados por hombres jóvenes ➤ Iluminación: oscura a lo largo del spot, constante uso de sombras ➤ Banda sonora: música electrónica empleada a lo largo del spot. Utilización de efectos sonoros de golpes sobre puertas, sirenas de ambulancias y otros creados por ordenador para sonorizar cortinilla de cierre 	

- Montaje: constante uso de primeros planos y primerísimos primeros planos que permiten observar con claridad las expresiones y emociones de los personajes

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se hace referencia al crimen organizado como "cáncer que destruye familias"
- Se utiliza un término con una fuerte carga emocional negativa para referirse a los criminales: "asesinos de niños"
- Tercer spot en el que aparecen cadáveres, en este caso de dos niños

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Aborda el problema de la drogadicción infantil y juvenil
 - Promoción de los centros nueva vida
- **Cultura de violencia**
 - Se denomina al crimen organizado como "cáncer que destruye familias"
 - Se denomina a los narcotraficantes como "asesinos de niños"

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 89

Información general	
Nombre del spot	Seguridad taxi julio
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos ambientado en el interior de un taxi, donde el pasajero y la conductora escuchan las noticias en la radio. El locutor de la radio habla sobre la captura de un narcotraficante. El pasajero se queja contrariado y en voz alta sobre la situación, a lo que la conductora responde que las cosas estarían peor si el gobierno no hubiera combatido al crimen organizado. La secuencia final muestra al pasajero descendiendo del taxi y reflexionando acerca de que lo que le dijo la conductora era cierto, a lo que ella asiente
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off radio: <i>La policía capturó a José de Jesús Méndez alias "El Chango", líder de la organización criminal "La Familia"...</i></p> <p>Usuario: <i>¡Las cosas andan mal!</i></p> <p>Taxista: <i>¡Pero estarían peor si nadie le hubiera entrado a detener al crimen organizado!</i></p> <p>Usuario: <i>¿Será?</i></p> <p>Taxista: <i>¡Claro, estos desgraciados se meterían en nuestras casas y estarían controlando todo el país!</i></p> <p>Usuario: <i>Pues no lo había visto así, ¿eh?</i></p> <p>Taxista: <i>Yo estoy convencida que si el gobierno se mantiene firme todos vamos a vivir en un México seguro</i></p> <p>Voz en off: <i>Trabajamos por un México seguro para ti y para tu familia. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: interior de un taxi y una calle pública ➤ Personajes: sociedad civil representada por una mujer taxista y un hombre joven como usuario ➤ Iluminación: natural y clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: sonido ambiente de tráfico de calles. Sonido de un noticiero en la radio de fondo. Uso de efectos sonoros creados por ordenador para cortinilla final 	

- Montaje: constante uso de primeros planos de los personajes

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se utiliza un término despectivo para referirse a los criminales: "desgraciados2
- Se justifica directamente la estrategia de combate emprendida por el Gobierno Federal
- Segunda ocasión en la que la sociedad civil se queja de la situación del país (la anterior fue en el spot nº77)
- La mujer taxista transmite seguridad y confianza hacia las labores llevadas a cabo por el Gobierno Federal

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se denomina a los presuntos delincuentes como desgraciados
 - Justificación directa de la estrategia (las cosas estarían peor si nadie le hubiera entrado a detener al crimen organizado)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 90

Información general	
Nombre del spot	Capturas junio
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que inicia con el sonido de un golpe seco y la frase hablada y escrita "un golpe más al crimen organizado" al tiempo que muestra imágenes de oficinas de la policía federal. Posteriormente se muestran secuencias de la presentación de José de Jesús Méndez Vargas, quien porta un chaleco antibalas, está esposado y se encuentra rodeado en todo momento de policías fuertemente armados y con el rostro cubierto. Posteriormente se muestra un gráfico donde se indica que ya han sido detenidos o abatidos 21 de los 37 criminales más buscados. Después se muestran imágenes de policías subiendo a un helicóptero, de un convoy de patrullas saliendo de una bodega, y de policías en distintos operativos. El spot cierra con la imagen de un contingente de policías izando una gran bandera de México en un atardecer y de unos padres con su hija pequeña en brazos
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Un golpe más al crimen organizado. Con la captura de José de Jesús Méndez Vargas alias "El Chango", líder y fundador de "La Familia", ya suman 21 los detenidos o abatidos de los 37 delincuentes más buscados de todos los grupos criminales. Con acciones como estas, el Gobierno del Presidente de la República sigue con firmeza debilitando al crimen organizado sin excepción. Trabajamos por un México seguro para ti y para tu familia. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de imágenes de archivo de detenciones de presuntos delincuentes y de elementos de las fuerzas armadas llevando a cabo operativos. Uso de animaciones computarizadas
- Personajes: presuntos delincuentes representados por hombres detenidos y fichas policiales. Fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados.

Sociedad civil representada por una familia

- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: empleo de música electrónica de fondo. Constante uso de efectos sonoros creados por ordenador para animaciones, transiciones, textos sobreimpresos y cortinilla de cierre
- Montaje: destaca el uso de imágenes de archivo con transiciones rápidas y de animaciones computarizadas que muestran a los presuntos delincuentes como objetivos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Ante las críticas recibidas por algunos sectores de la sociedad civil y la prensa en el sentido que el gobierno no estaba atacando al cártel de Sinaloa, el spot afirma que se han detenido o abatido a delincuentes de todos los grupos criminales y que se debilita al crimen organizado sin excepción
- Utilización de la palabra "abatidos" para hacer referencia a criminales a los que la policía o el ejército dio muerte
- Las fotografías de los criminales más buscados son presentadas a modo de dianas que han de ser abatidas
- Utilización sistemática de imágenes de niños

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a los presuntos criminales como objetivos a ser abatidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (camiones de combate, helicópteros)
 - Se observa a policías y militares fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 91

Información general	
Nombre del spot	Guerrero/Veracruz seguros
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que abre mostrando un mapa de México con los estados de Veracruz y Guerrero resaltados; inmediatamente después se muestra una secuencia larga de diversos policías, marinos y soldados llevando a cabo operaciones en diversas locaciones. El spot cierra con un plano donde se observa a un soldado haciendo un saludo militar y al fondo se aprecia una bandera mexicana de enormes proporciones; posteriormente son presentados unos padres jugando con sus dos hijas en unos columpios
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: Debido a la alta inseguridad y violencia provocadas por la delincuencia organizada, que afectan a los veracruzanos y guerrerenses, las autoridades locales solicitaron apoyo al Gobierno Federal. El Gobierno del Presidente de la República activó inmediatamente el operativo Veracruz seguro y el operativo Guerrero seguro. Seguiremos debilitando con firmeza al crimen organizado sin excepción. Trabajamos por un México seguro para ti y tu familia. Gobierno Federal

Imagen y sonido

- Puesta en escena: empleo de animaciones computarizadas y de imágenes de archivo de soldados y policías llevando a cabo operativos
- Personajes: sociedad civil representada por una familia. Fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados
- Iluminación: tenue a lo largo del spot
- Banda sonora: empleo de música electrónica de fondo. Utilización constante de efectos sonoros para animaciones, transiciones, textos sobreimpresos y cortinilla final
- Montaje: destaca el uso de animaciones computarizadas para mostrar en un mapa el lugar donde se llevan a cabo operativos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Ante las críticas recibidas de parte de algunos sectores de la sociedad civil y la prensa en el sentido que el gobierno no estaba atacando al cártel de Sinaloa, el spot afirma que se debilita al crimen organizado sin excepción
- Utilización sistemática de imágenes de niños

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se observa equipamiento de alto poder (camiones de combate, helicópteros)
 - Se observa a policías y militares fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 92

Información general	
Nombre del spot	Capturas octubre
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos donde se afirma que el gobierno ha detenido a más de 100 criminales peligrosos en las últimas semanas, al tiempo que son mostradas varias secuencias de presuntos delincuentes siendo escoltados o sometidos por policías. Hacia el final del spot se observa a un contingente de policías izando una bandera de México de grandes proporciones y a 2 niñas pequeñas jugando junto a sus padres
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *En las últimas semanas el Gobierno del Presidente de la República detuvo a más de 100 criminales peligrosos, quienes causaron muertes, secuestros, extorsión y violencia. Noel Salgueiro "El Flaco", lugarteniente de "El Chapo" Guzmán; Saúl Solís "El Lince", lugarteniente de Los Caballeros Templarios; así como integrantes de Los Zetas y del Cártel de Jalisco Nueva Generación, los llamados "Matazetas". Seguiremos debilitando con firmeza al crimen organizado sin excepción. Trabajamos por un México seguro para ti y tu familia. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: empleo de animaciones computarizadas y de imágenes de archivo de soldados y policías llevando a cabo operativos y de presuntos delincuentes detenidos
- Personajes: sociedad civil representada por una familia. Fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados, presuntos delincuentes representados por hombres detenidos
- Iluminación: tenue a lo largo del spot
- Banda sonora: empleo de música electrónica de fondo. Utilización constante de efectos sonoros para animaciones, transiciones, textos sobreimpresos y cortinilla final
- Montaje: destaca el uso de animaciones computarizadas para mostrar las fichas

policiales de supuestos criminales detenidos, así como de planos americanos que muestran a los detenidos esposados y siendo escoltados por miembros de las fuerzas armadas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

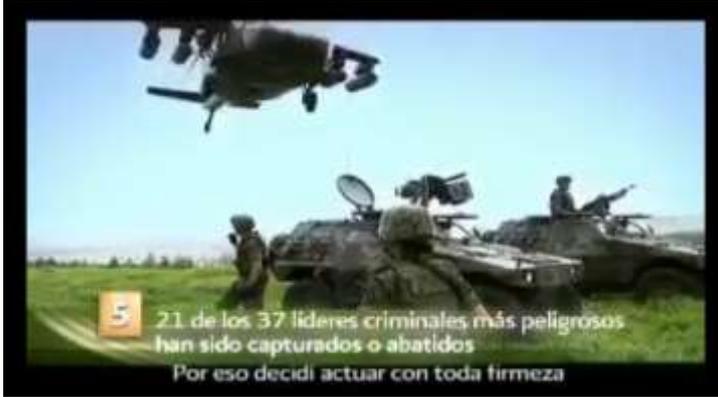
- Ante las críticas recibidas de parte de algunos sectores de la sociedad civil y la prensa en el sentido que el gobierno no estaba atacando al cártel de Sinaloa, el spot afirma que se debilita al crimen organizado sin excepción
- Utilización sistemática de imágenes de niños

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se observa equipamiento de alto poder (camiones de combate, helicópteros)
 - Se observa a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 93

Información general	
Nombre del spot	Informe seguridad
Campaña	Informes del ejercicio de gobierno
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra imágenes intercaladas del Presidente Felipe Calderón hablando a la cámara desde un laboratorio de criminalística, soldados a bordo de vehículos militares con un helicóptero militar que los sobrevuela, policías ingresando a un helicóptero y funcionarios públicos en oficinas, entre otras imágenes
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Presidente Felipe Calderón: <i>Al llegar a la Presidencia de la República, encontré que la violencia desatada por unas organizaciones criminales contra otras venía creciendo y lastima mucho a la sociedad. Por eso decidí actuar con toda firmeza para ponerle un alto a los criminales que han generado tanta violencia y construir un México seguro y fuerte. Y lo vamos a lograr. Estamos trabajando por tu seguridad y la de tu familia</i></p> <p>Voz en off: <i>Con hechos construimos un México más fuerte. Quinto informe de gobierno. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: interior de un laboratorio de criminalística. Secuencias de archivo de policías y militares en acción ➤ Personajes: Presidente Felipe Calderón. Fuerzas armadas representadas por policías y soldados en diferentes escenarios ➤ Iluminación: clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: música electrónica de fondo, empleo de sonidos creados por ordenador para textos sobreimpresos y cortinilla final ➤ Montaje: la mayor parte del spot se usa un plano medio corto del presidente dentro de un laboratorio de criminalística 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- La palabra violencia se repite dos veces
- La idea de seguridad se repite tres veces
- Spot de carácter institucional en el que destaca la presencia de vehículos con alto poder de fuego: Un helicóptero artillado, dos tanquetas, un helicóptero de la policía federal.
- El spot también muestra imágenes que transmiten investigación e inteligencia

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se observa equipamiento de alto poder (camiones de combate, helicópteros)
 - Se observa a policías fuertemente armados
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico por parte del Presidente Felipe Calderón

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 94

Información general	
Nombre del spot	Cápsula seguridad
Campaña	Informes del ejercicio de gobierno
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 3 minutos y 30 segundos enmarcado en el 5to informe de gobierno, donde el Presidente Calderón se dirige a la ciudadanía para hablar sobre los avances en materia de seguridad pública de su gobierno y para presentar un nuevo laboratorio de servicios periciales. Si bien la mayor parte del tiempo se observa en pantalla al presidente, dentro del laboratorio dirigiéndose a la cámara, también son mostradas imágenes de familias, policías y militares en acción o funcionarios públicos en oficinas
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



El primero es no rehuir, sino enfrentar

Transcripción (palabra)

Hombre: *somos capaces de identificar el arma de fuego con la cual de disparó un proyectil encontrado en la escena del crimen*

Presidente Felipe Calderón: *Muchas gracias. Desde el nuevo laboratorio de servicios periciales de la Procuraduría General de la República les quiero hablar sobre un tema que nos preocupa a todos los mexicanos, nuestra seguridad. Como padre de familia y como presidente comparto esta preocupación, al llegar a la Presidencia de la República, encontré que la violencia desatada por unas organizaciones criminales contra otras venía creciendo y lastima mucho a la sociedad. Por eso en vez de hacerme de la vista gorda o voltear para otro lado decidí actuar con toda firmeza para ponerle un alto a los criminales que han generado tanta violencia. Nuestra estrategia por la seguridad pública tiene 3 componentes fundamentales. El primero es no rehuir sino enfrentar y someter a los criminales donde quiera que se encuentren; el segundo es construir y fortalecer nuevas instituciones de policía y de justicia y el tercero es reconstruir el tejido social a partir de la generación de oportunidades de educación, de salud, de esparcimiento y de trabajo para los jóvenes. Lo primero y lo más urgente es poner un alto a los criminales que provocan la violencia en el país, a los que secuestran, a los que roban, a los que extorsionan o asesinan. Estamos protegiéndote a ti y a tu familia y además con lo mejor que tenemos, nuestras fuerzas federales, es decir, con el ejército, con la Marina, con la policía federal y con la Procuraduría General de la República. A la fecha, 21 de los 37 líderes criminales más peligrosos de la delincuencia organizada ya han sido capturados o abatidos y no pueden hacerte daño. Al mismo tiempo, para garantizar la seguridad de las familias es necesario contar con instituciones confiables, con policías, con ministerios públicos, con jueces confiables. Por ejemplo, cuando inició el sexenio teníamos solo 6 mil policías federales; hoy ya contamos con más de 35 mil para proteger a la ciudadanía. 7 mil de estos policías federales tienen formación universitaria y cuentan con las más avanzadas*

técnicas de investigación y todos deben cumplir con controles de confianza para estar en la policía. Mi Gobierno promueve también que los hagan este esfuerzo para que puedan contar a la vez con policías confiables. Yo estoy seguro que el día en que haya 32 policías estatales confiables y eficaces, ese día vamos a ganar la batalla a la delincuencia y ese día tendremos un México seguro. Ahora los investigadores de la PGR cuentan con este nuevo laboratorio de servicios periciales que está a la altura de los mejores del mundo. Con la más alta tecnología, los expertos de la Procuraduría pueden investigar crímenes para encontrar a los culpables, que cada delito sea respondido con justicia. Así, fortaleciendo a nuestras instituciones, estamos trabajando por tu seguridad y la de tu familia para que todos podamos vivir mejor. Muchas gracias por tu atención

Voz en off: *Con hechos construimos un México más fuerte. Quinto informe de gobierno. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interior de un laboratorio de criminalística. Secuencias de archivo de policías y militares en acción y de elementos de la sociedad civil
- Personajes: Presidente Felipe Calderón. Fuerzas armadas representadas por policías y soldados en diferentes escenarios y por trabajadores del mencionado laboratorio. Sociedad civil representada principalmente por hombres y mujeres jóvenes llevando a cabo acciones cotidianas
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: música electrónica de fondo, empleo de sonidos creados por ordenador para textos sobreimpresos y cortinilla final
- Montaje: la mayor parte del spot se usa un plano medio corto del presidente dentro de un laboratorio de criminalística

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que hay que "enfrentar y someter" a los delincuentes
- Se señala que se libra "una batalla contra la delincuencia", misma que "será ganada"
- Se utiliza la palabra "abatidos" para referirse a los criminales muertos por parte de las fuerzas armadas.
- Spot de carácter institucional que muestra la mayor parte del tiempo al Presidente Felipe Calderón hablando sobre la seguridad pública enérgicamente.

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a los presuntos criminales como objetivos a ser abatidos
 - Se afirma que se va a ganar la batalla a la delincuencia
 - Se afirma que no hay que rehuir sino enfrentar y someter a los criminales
 - Se observa equipamiento de alto poder (camiones de combate, helicópteros)
 - Se observa a policías fuertemente armados
 - Justificación de la estrategia mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 95

Información general	
Nombre del spot	Educación rescate prevención
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2012
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 1 minuto de duración. Primero de 3 spots que siguen una estructura similar y comparten musicalización. En los primeros 5 segundos se muestran secuencias de policías y militares en operativos para posteriormente mostrar imágenes de un área pública restaurada localizada en una localidad en concreto, en este caso en Durango. Se recogen impresiones positivas de varios ciudadanos al tiempo que se muestran secuencias de niños, jóvenes y familias disfrutando del lugar
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *La estrategia de seguridad del Gobierno del Presidente de la República además de combatir el crimen, recupera y fortalece tu comunidad*

Joven: *Nos está devolviendo los espacios públicos y así pues podemos convivir con la familia, los amigos y los vecinos*

Voz en off: *En Durango se rescató "El Chiquis Cabada", un terreno baldío de alta delincuencia que hoy es un espacio en donde miles de jóvenes compiten sanamente. Como este, el Gobierno Federal está rescatando espacios en todo el país*

Mujer: *Están dando muchas becas y construyendo más escuelas para que nuestros hijos estén seguros y tengan mejores oportunidades para el futuro*

Hombre: *Y está dando información para que podamos orientar a nuestros hijos para que no caigan en las drogas*

Voz en off: *Con acciones sociales sembramos la semilla de un México seguro para ti y tu familia. Vivir mejor. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: el spot abre con imágenes de archivo de policías y soldados llevando a cabo operativos en exteriores. Posteriormente se muestran secuencias de un parque público en el que diferentes personas hacen uso de sus instalaciones
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y

armados. Presuntos criminales representados por un hombre detenido. Sociedad civil representada por hombres, mujeres, niños y niñas de diferentes edades

- Iluminación: natural y clara a lo largo del spot
- Banda sonora: empleo de música electrónica e instrumental de guitarras a lo largo del spot. En las escenas del parque se añade a esta música el sonido ambiente del parque. Poco uso de efectos sonoros, destaca el sonido de un helicóptero y una ambulancia al inicio del spot y de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre
- Montaje: Uso constante de planos generales para el parque y las secuencias de policías y militares. Uso de planos cortos cuando elementos de la sociedad civil hablan de frente a la cámara

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que el gobierno "no se limita a combatir al crimen sino a fortalecer y recuperar comunidades"
- Se señala en un par de ocasiones que el gobierno "rescató" espacios públicos
- La entrada del spot, con presencia de policías y militares fuertemente armados y de detenidos sometidos, opaca el contenido del resto del spot, que transmite valores positivos

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la recuperación de espacios y la sana convivencia pública
 - Se promueve la prevención del consumo de drogas
- **Cultura de violencia**
 - Se observa a policías y militares fuertemente armados y a detenidos sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicóptero)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 96

Información general	
Nombre del spot	Entorno seguro
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2012
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 1 minuto de duración. Segundo de 3 spots que siguen una estructura similar y comparten musicalización. En los primeros 5 segundos se muestran secuencias de policías y militares en operativos para posteriormente mostrar imágenes de un área pública restaurada localizada en una localidad en concreto, en este caso en Tijuana. Se recogen impresiones positivas de varios ciudadanos al tiempo que se muestran secuencias de niños, jóvenes y familias disfrutando del lugar
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>La estrategia de seguridad del Gobierno del Presidente de la República además de combatir el crimen, recupera y fortalece tu comunidad</i></p> <p>Mujer: <i>Este parque y las calles alrededor antes eran muy oscuras y peligrosas, hoy está muy iluminado y bonito; ahora sí salimos a convivir en familia</i></p> <p>Voz en off: <i>en Tijuana, en la Colonia Camino Verde, una de las más marginadas, se está mejorando el entorno con alumbrado y recuperación de parques y canchas. Como este, el Gobierno Federal está rescatando espacios en todo el país.</i></p> <p>Hombre: <i>Ya pude reabrir mi tienda, porque la colonia ya se siente más segura</i></p> <p>Joven: <i>Entre todos y con la ayuda del gobierno estamos recuperando la colonia</i></p> <p>Voz en off: <i>Con acciones sociales sembramos la semilla de un México seguro para ti y tu familia. Vivir mejor. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: el spot abre con imágenes de archivo de policías y soldados llevando a cabo operativos en exteriores. Posteriormente se muestran secuencias de un parque público en el que diferentes personas hacen uso de sus instalaciones ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos criminales representados por un hombre detenido. Sociedad civil representada por hombres, mujeres, niños y niñas de diferentes edades ➤ Iluminación: clara a lo largo del spot, se usa luz natural en escenas de día y artificial en 	

escenas nocturnas

- Banda sonora: empleo de música electrónica e instrumental de guitarras a lo largo del spot. En las escenas del parque se añade a esta música el sonido ambiente del parque. Poco uso de efectos sonoros, destaca el sonido de un helicóptero y una ambulancia al inicio del spot y de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre
- Montaje: Uso constante de planos generales para el parque y las secuencias de policías y militares. Uso de planos cortos cuando elementos de la sociedad civil hablan de frente a la cámara

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que el gobierno "no se limita a combatir al crimen sino a fortalecer y recuperar comunidades"
- Se señala que un lugar antes era "oscuro y peligroso" y ahora es "iluminado y bonito"
- La entrada del spot, con presencia de policías y militares fuertemente armados y de detenidos sometidos, opaca el contenido del resto del spot, que transmite valores positivos

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la recuperación de espacios y la sana convivencia pública
- **Cultura de violencia**
 - Se observa a policías y militares fuertemente armados y a detenidos sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicóptero)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 97

Información general	
Nombre del spot	Recreación deporte prevención
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2012
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 1 minuto de duración. Tercero de 3 spots que siguen una estructura similar y comparten musicalización. En los primeros 5 segundos se muestran secuencias de policías y militares en operativos para posteriormente mostrar imágenes de un área pública restaurada localizada en una localidad en concreto, en este caso en Ciudad Juárez. Se recogen impresiones positivas de varios ciudadanos al tiempo que se muestran secuencias de niños, jóvenes y familias disfrutando del lugar
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *La estrategia de seguridad del Gobierno del Presidente de la República además de combatir el crimen, recupera y fortalece tu comunidad*

Mujer joven: *Ya tenemos dónde jugar Básquet, antes ¿dónde?*

Voz en off: *Gracias a que en la Colonia Francisco I. Madero en Ciudad Juárez se está mejorando el entorno y se están recuperando parques, canchas y se han construido centros nueva vida, la violencia ha disminuido. Como este, el Gobierno Federal está rescatando espacios en todo el país.*

Mujer: *Pues yo estoy muy contenta porque mis hijos están aprendiendo mucho de computación. Aquí en el espacio público les ponen computadoras y les dan clases*

Hombre joven: *Aquí con mis amigos de la colonia ya armamos un grupo de rock y aquí mismo ensayamos*

Voz en off: *Con acciones sociales sembramos la semilla de un México seguro para ti y tu familia. Vivir mejor. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: el spot abre con imágenes de archivo de policías y soldados llevando a cabo operativos en exteriores. Posteriormente se muestran secuencias de escuelas y parques públicos donde diferentes personas hacen uso de sus instalaciones
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y

armados. Presuntos criminales representados por un hombre detenido. Sociedad civil representada por hombres, mujeres, niños y niñas de diferentes edades

- Iluminación: clara y natural a lo largo del spot
- Banda sonora: empleo de música electrónica e instrumental de guitarras a lo largo del spot. En las escenas de parques o escuelas se añade a esta música el sonido ambiente existente. Poco uso de efectos sonoros, destaca el sonido de un helicóptero y una ambulancia al inicio del spot y de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre
- Montaje: Uso constante de planos generales en espacios abiertos. Uso de planos cortos cuando elementos de la sociedad civil hablan de frente a la cámara

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que el gobierno "no se limita a combatir al crimen sino a fortalecer y recuperar comunidades"
- Se señala afirma que gracias a las acciones del gobierno la violencia ha disminuido en Ciudad Juárez
- La entrada del spot, con presencia de policías y militares fuertemente armados y de detenidos sometidos, opaca el contenido del resto del spot, que transmite valores positivos

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promociona la recuperación de espacios y la sana convivencia pública
- **Cultura de violencia**
 - Se observa a policías y militares fuertemente armados y a detenidos sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicóptero)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 98

Información general	
Nombre del spot	Seguridad Cuautla A
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2012
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración. La primera parte del spot es similar a los 3 spots anteriores y comparte musicalización con ellos. Se muestran imágenes de un área pública restaurada localizada en una localidad en concreto, en este caso en Cuautla y se recogen impresiones positivas de un ciudadano al tiempo que se muestran secuencias jóvenes disfrutando del lugar. Posteriormente se habla sobre centros de prevención y rehabilitación y se muestran imágenes de ellos y de mejoras en escuelas. El spot cierra con dos mujeres jóvenes sonriendo a la cámara
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>La estrategia de seguridad del Gobierno del Presidente de la República además de combatir el crimen, recupera y fortalece tu comunidad, como en el centro cultural "Antigua Estación de Ferrocarril" en Cuautla</i></p> <p>Hombre joven: <i>Aquí ensayamos nuestra obra de teatro</i></p> <p>Voz en off: <i>Con centros nueva vida</i></p> <p>Mujer: <i>Nos orientan para que nuestros hijos no caigan en las drogas</i></p> <p>Voz en off: <i>Y escuelas mejor equipadas</i></p> <p>Hombre joven 2: <i>Con el nuevo taller aprendemos más</i></p> <p>Voz en off: <i>Con valor, construimos los cimientos de un México seguro para ti y tu familia. Vivir mejor. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: imágenes exteriores de un centro cultural público en el que diferentes personas hacen uso de sus instalaciones. También se muestra el interior de una oficina de salud pública y de un taller en una escuela ➤ Personajes: Sociedad civil representada por hombres y mujeres de diferentes edades ➤ Iluminación: natural y clara a lo largo del spot 	

- Banda sonora: empleo de música electrónica e instrumental de guitarras a lo largo del spot. En las escenas del centro cultural se añade a esta música el sonido ambiente existente. Uso de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre
- Montaje: Uso constante de planos generales para el centro cultural. Uso de planos cortos cuando elementos de la sociedad civil hablan de frente a la cámara

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que el gobierno no se limita a combatir al crimen sino a fortalecer y recuperar comunidades
- El spot transmite valores y buenas prácticas, se trata de un buen ejemplo de publicidad oficial de promoción social

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promociona la recuperación de espacios y la sana convivencia pública
 - Se promueve la prevención del consumo de drogas
- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 99

Información general	
Nombre del spot	Seguridad Monterrey A
Campaña	Fortalecimiento de la seguridad pública y el estado de derecho
Año de emisión	2012
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración que comparte el formato del spot previo. Se muestran imágenes de un área pública restaurada localizada en una localidad en concreto, en este caso en Nuevo León y se recogen impresiones positivas de un joven al tiempo que se muestran secuencias jóvenes disfrutando del lugar. Posteriormente se habla sobre estancias infantiles y se muestran imágenes de ellas y de becas de estudio. El spot cierra con un grupo de niños sonriendo a la cámara
Número de repeticiones	609
Fotograma	
 <p>¡Con mi beca puedo seguir estudiando!</p>	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>La estrategia de seguridad del Gobierno del Presidente de la República además de combatir el crimen, recupera y fortalece tu comunidad, como en el parque "Heroico Ejército Mexicano" en San Nicolás de los Garza, Nuevo León</i></p> <p>Hombre joven: <i>En las tardes jugamos fut</i></p> <p>Voz en off: <i>Con más estancias infantiles</i></p> <p>Mujer: <i>Yo trabajo tranquila porque mi hija está bien cuidada</i></p> <p>Voz en off: <i>Y más becas</i></p> <p>Mujer joven: <i>¡Con mi beca, puedo seguir estudiando!</i></p> <p>Voz en off: <i>Con valor, construimos los cimientos de un México seguro para ti y tu familia. Vivir mejor. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: imágenes exteriores de parques y escuelas en el que diferentes personas hacen uso de sus instalaciones ➤ Personajes: Sociedad civil representada por hombres, mujeres, niños y niñas de diferentes edades ➤ Iluminación: natural y clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: empleo de música electrónica e instrumental de guitarras a lo largo del spot. En las escenas de exteriores se añade a esta música el sonido ambiente existente 	

Uso de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre

- Montaje: Uso constante de planos generales para escenas de exteriores. Uso de planos cortos cuando elementos de la sociedad civil hablan de frente a la cámara

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que el gobierno "no se limita a combatir al crimen sino a fortalecer y recuperar comunidades"
- El spot transmite valores y buenas prácticas, se trata de un buen ejemplo de publicidad oficial de promoción social. Lo único reprochable es que se haya elegido el ejemplo de un parque llamado "Heroico Ejército Mexicano"

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la recuperación de espacios y la sana convivencia pública
- **Cultura de violencia**
 - Se denomina al parque presentado en el spot como "Heroico Ejército Mexicano"

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 100

Información general	
Nombre del spot	Mensaje de año nuevo
Campaña	Mensajes a la ciudadanía y cultura cívica
Año de emisión	2012
Órgano emisor	Presidencia de la República
Descripción general	Spot de 6 minutos con motivo del año nuevo del año 2012. En él, el Presidente Calderón, que se encuentra ubicado en una oficina y hace un balance de la estrategia de seguridad y los logros alcanzados por su gobierno en la materia durante los años de su mandato
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Presidente Felipe Calderón: *También es muy importante el decreto, así que ojalá en la tarde todos tengan copia en la reunión que vamos a tener por favor, ¿OK?, gracias. Gracias Capitán. Mexicanas y mexicanos, muy buenas noches. Me da mucho gusto saludarles en este inicio de año y en nombre de mi esposa Margarita y de mis hijos María, Luis Felipe, Juan Pablo y en el mío propio quiero desearles a ustedes y a su familia un muy feliz y próspero 2012. Deseo de todo corazón que este año sea de bienestar, de progreso y de realizaciones para todos. Esta es la última vez que como Presidente tengo el privilegio de dirigirme a ti en un mensaje de año nuevo. A lo largo de los últimos 5 años que he tenido el honor de servirte como Presidente de la República mi objetivo ha sido luchar por un México más seguro, más justo y más próspero. En estos 5 años los mexicanos hemos enfrentado, qué duda cabe, numerosos y graves desafíos, nos ha tocado enfrentar la peor crisis económica internacional, inundaciones, sequías, epidemias, todo eso lo hemos enfrentado juntos y hemos salido poco a poco adelante a base del esfuerzo de todos. Uno de esos desafíos, tal vez el que más nos preocupa a todos, es el de la inseguridad, por eso mi gobierno ha trabajado con gran firmeza en esta tarea y lo hemos hecho con una visión integral. Estamos combatiendo de raíz un problema que se gestó durante muchos, muchos años. Hemos actuado con la firme decisión de ponerle un alto a quienes lastiman a mexicanas y mexicanos honrados y trabajadores como sé que lo son tú y tu familia y por eso en primer lugar, hemos combatido con toda determinación a los criminales e incluso ya hemos capturado a la mayoría de los más peligrosos. Ese ha sido un primer eje de nuestra estrategia, en segundo lugar, estamos limpiando y fortaleciendo las policías y a todas las instituciones encargadas de aplicar la ley, como es la policía federal o la Procuraduría General de la República. Estamos impulsando a los gobiernos de los estados que también limpien sus policías y las pongan en orden porque es indispensable que los policías estén al servicio de*

ciudadanos como tú y no al servicio de los delincuentes como lamentablemente ha llegado a ocurrir en algunos lugares del país. Al mismo tiempo, estamos mejorando nuestras leyes y las reglas que ordenan nuestra convivencia. En tercer lugar, la tercera parte de la estrategia es la más importante, que es la reconstrucción del tejido social, prevenir el delito y para reconstruir el tejido social estamos fortaleciendo a la sociedad, estamos ampliando las oportunidades para todos, para que nadie se quede atrás. Para que nadie se quede sin salud, por falta de dinero, para que nuestros niños y jóvenes tengan una escuela, una universidad donde estudiar, que puedan tener becas para poder hacerlo, para que las madres solteras tengan quien cuide a sus pequeños mientras ellas van a trabajar, para que nuestros adultos mayores tengan siquiera un ingreso extra para sus gastos. Para que las familias más pobres del campo o de la ciudad reciban por lo menos un apoyo del gobierno. Esto es igualar las oportunidades de todos y eso nos ayuda a ser más sólida la convivencia familiar y social, que al fortalecer a la sociedad también fortalecemos la seguridad; fortalecer a México es una tarea de todos, por supuesto de los gobiernos pero también lo es de los padres de familia, de las maestras y maestros, de todos. Es una tarea en la que mucho podemos contribuir las familias, inculcándole a nuestros hijos principios y valores como el respeto, la honestidad, el valor del trabajo, la importancia del esfuerzo, orientándolos en los temas que más les preocupen, hablándoles por ejemplo claramente del peligro de las adicciones a las drogas y el peligro de la violencia. Es en el hogar donde empezamos a sembrar la semilla del México que queremos para nosotros pero sobre todo para nuestros hijos. Amigas y amigos, con el trabajo y el esfuerzo de las mexicanas y los mexicanos de bien, con la voluntad férrea de millones de mujeres y hombres, con el amor de padres a hijos y entre hermanos estamos sembrando la semilla de un México nuevo, un México seguro, próspero y justo, y esa semilla sé que ha caído en buena tierra. Ahora debemos cuidarla para que rinda frutos y frutos abundantes para todos. Es hora de renovar el ánimo, de fortalecer la confianza en nuestro esfuerzo y de mantener encendida la llama de la esperanza en un futuro de este México que será promisorio para todos. No hay razón para que no podamos hacerlo, los mexicanos somos un pueblo trabajador, un pueblo honesto, un pueblo valiente, alegre, somos responsables, solidarios, generosos, y siempre, siempre hemos triunfado frente a la adversidad, siempre hemos salido adelante. Esta vez no es la excepción, hagamos del 2012 el mejor año para México, trabajando juntos, echándole muchas ganas lo vamos a lograr. Tienen mi compromiso de que nosotros en el gobierno seguiremos trabajando para que haya más empleos, más oportunidades, para dar más becas, para darle más apoyo a la gente que más lo necesita. Trabajaremos sin descanso hasta el último día para que precisamente pueda crecer esta semilla de un México seguro, justo y próspero que hemos plantado. Yo les deseo a todos ustedes un muy feliz y próspero año 2012. Muchas felicidades y muchas gracias por tu atención

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interior de una oficina institucional
- Personajes: Presidente Felipe Calderón
- Iluminación: clara y constante lo largo de spot
- Banda sonora: no se utiliza música ni efectos sonoros, solo se escucha la voz del presidente. En la cortinilla final se usan efectos sonoros creados por ordenador para los objetos que aparecen en ella
- Montaje: constante uso de planos medios cortos que permiten observar las expresiones faciales del presidente y el movimiento de sus manos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se hace un repaso a los diversos retos que tuvo el país durante el mandato del Presidente Calderón y se afirma que el país "ha salido airoso de todos ellos"
- Spot de carácter institucional con fuerte carga emotiva al tratarse de un mensaje de

inicio de año

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se aborda la prevención de la drogadicción
 - Se aborda la importancia del trabajo conjunto entre sociedad y gobierno para mejorar la realidad mexicana
 - Promoción de valores y buenas prácticas

- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 101

Información general	
Nombre del spot	Operaciones contra el narcotráfico
Campaña	Acciones realizadas por el ejército y fuerza aérea mexicanos
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Secretaría de la Defensa Nacional
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración en el que se muestran diversas secuencias de militares buscando y destruyendo drogas en distintas locaciones así como escoltando a detenidos. En la secuencia final se observa un zoom a un soldado con uniforme marrón claro en una locación desértica, el soldado porta un rifle de asalto y mira al horizonte; posteriormente se muestra la imagen de una mujer con una niña y dos bebés jugando en una plaza pública
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>Las operaciones de erradicación e intercepción que realiza el ejército y fuerza aérea mexicanos en la lucha permanente contra el narcotráfico han permitido la disminución del consumo de estupefacientes. Durante la presente administración se han destruido más de 50 mil hectáreas de enervantes, asegurado más de 2700 toneladas de narcóticos y puesto a disposición a 6,036 presuntos narcotraficantes. Seguimos trabajando para que la droga no llegue a tus hijos. Vivir mejor, Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: utilización de imágenes de archivo, principalmente en exteriores, de soldados llevando a cabo diversos operativos o escoltando a presuntos delincuentes detenidos ➤ Personajes: Fuerzas armadas representadas por soldados uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por hombres detenidos. Sociedad civil representada por una mujer y dos bebés ➤ Iluminación: natural y clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: Utilización de música electrónica que connota acción a lo largo del spot. No se hace uso de efectos sonoros ➤ Montaje: se usan principalmente planos generales para escenas en exteriores y planos americanos cuando se muestra a presuntos delincuentes 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- En el spot se afirma que se ha disminuido el consumo de estupefacientes pero no se dan más datos al respecto
- Repetición sistemática de cifras sobre detenidos y decomisos
- Los efectos sonoros utilizados aunados a el contenido de las imágenes presentadas (militares en acción, armas de alto poder, vehículos terrestres y acuáticos de combate) transmiten acción y fortaleza
- Utilización sistemática de imágenes de niños

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a soldados fuertemente armados y supuestos delincuentes sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (Helicópteros, vehículos acuáticos y terrestres)
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (seguimos trabajando para que la droga no llegue a tus hijos)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 102

Información general	
Nombre del spot	Operaciones contra el narcotráfico
Campaña	Acciones realizadas por el ejército y fuerza aérea mexicanos
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Secretaría de la Defensa Nacional
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración. Abre con una imagen nocturna donde se observa un primer plano de un soldado mirando al horizonte, con la luna y una bandera de México de grandes dimensiones detrás de él. El resto de las secuencias también son nocturnas, con excepción de la última; en ellas se observan contingentes de soldados llevando a cabo operativos diversos, entre ellos la detención de un presunto secuestrador y la liberación de un rehén. La secuencia final muestra a una mujer y dos niñas junto a un soldado; la mujer le da una bebida al soldado, quien le agradece y le sonríe
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *En el ejército y fuerza aérea mexicanos estamos alertas, en cualquier lugar, actuando con integridad y certeza en el combate al crimen organizado; asegurando y destruyendo droga, decomisando armamento, deteniendo criminales y liberando rehenes víctimas de secuestro. En el ejército y fuerza aérea, hombres y mujeres actuamos por ti. Vivir mejor, Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: escenas nocturnas grabadas tanto en exteriores como en interiores que muestran a soldados llevando a cabo operativos
- Personajes: fuerzas armadas representadas por soldados uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por un hombre siendo detenido. Sociedad civil representada por un niño supuestamente rescatado de secuestro, por una mujer y dos niñas
- Iluminación: artificial y opaca a lo largo del spot
- Banda sonora: no se hace uso de efectos sonoros. Se utiliza una música de fondo que recuerda a marchas marciales con predominio de tambores y trompetas
- Montaje: destaca el uso de planos de detalle al rostro de soldados, armas y drogas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Palabras positivas asociadas al ejército y fuerza aérea: "integridad", "certeza", "estar siempre alertas"
- Se afirma que "en el ejército y fuerza aérea, hombres y mujeres actúan por ti"
- El spot destaca por su calidad gráfica, es de carácter patriótico y emotivo
- A diferencia de otros spots donde se utilizan imágenes de operativos reales, en éste es claro que las escenas son actuadas
- Se utiliza como rehén o presunto secuestrado a un menor de edad
- Se recurre a una imagen sentimental para mostrar el supuesto agradecimiento de la sociedad hacia las fuerzas armadas: una mujer le ofrece una bebida a un soldado al tiempo que una niña lo observa asombrada

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a soldados fuertemente armados y supuestos delincuentes sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (terrestres)
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (se aprecia una secuencia en la que un grupo de soldados libera a un niño presuntamente secuestrado)
 - Se muestra a la sociedad en actitud de agradecimiento a las fuerzas armadas (última escena)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 103

Información general	
Nombre del spot	Operaciones contra el narcotráfico
Campaña	Acciones realizadas por el ejército y fuerza aérea mexicanos
Año de emisión	2010
Órgano emisor	Secretaría de la Defensa Nacional
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración que muestra distintas secuencias, principalmente grabadas en exteriores, de militares llevando a cabo diversos operativos y entrenamientos; destacan las imágenes de soldados descendiendo de helicópteros mediante cuerdas y avanzando por terrenos selváticos
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>El narcotráfico es un problema que nos compete a todos. Siempre preparados, en el ejército y fuerza aérea mexicanos nos encontramos en constante búsqueda de enervantes para que no lleguen a tus hijos. Seguimos adelante. Vivir mejor, Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: imágenes de archivo y grabadas <i>ad hoc</i> para este spot que muestran a soldados llevando a cabo operativos en distintos escenarios ➤ Personajes: fuerzas armadas representadas por soldados uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por hombres detenidos. Sociedad civil representada por niños/as pequeños/as jugando ➤ Iluminación: clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: no se hace uso de efectos sonoros. Utilización de música electrónica a lo largo del spot ➤ Montaje: destaca el uso de planos generales que permiten observar la presencia de vehículos de combate terrestres y aéreos 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se afirma que "el narcotráfico es un problema que nos compete a todos" ➤ Se transmite acción y progreso al asegurar que en el ejército y fuerza aérea se busca 	

constantemente enervantes y que "siguen adelante"

- Destaca la presencia de numeroso equipo de combate: helicópteros, vehículos terrestres, armas de alto poder
- Utilización sistemática de imágenes de niños

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se afirma que el narcotráfico es un problema que nos compete a todos
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a soldados fuertemente armados y supuestos delincuentes sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (diversos helicópteros y vehículos terrestres)
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que no lleguen a tus hijos)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 104

Información general	
Nombre del spot	Actividades
Campaña	Proyección y sensibilización
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Secretaría de la Defensa Nacional
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración que muestra las siguientes secuencias: en la primera de ellas se observa a un soldado sentado en un cuartel militar observando una fotografía, posteriormente se muestra la imagen de un niño celebrando su cumpleaños junto a familiares, después diversas escenas del soldado entrenándose en distintas situaciones. Las siguientes escenas entrelazan pasajes de la vida en el ejército del soldado con momentos de él al lado de su familia. La imagen final muestra a un niño haciendo un saludo militar a un soldado, quien le responde con el mismo gesto, le sonrío, lo acaricia y se despide
Número de repeticiones	254

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: Hoy es el cumpleaños de mi hijo y yo me tengo que preparar para seguir sirviendo a mi país. En el ejército he aprendido a hacer todo lo que está a mi alcance para que nada comprometa tu seguridad. Porque también somos padres, hijos, hermanos y amigos hacemos todo lo posible por cuidar a tu familia, que es la nuestra. En el ejército y fuerza aérea mexicanos mujeres y hombres trabajamos por tu seguridad. Un México seguro es un México fuerte, Gobierno Federal

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interior de cuartel militar, parajes naturales, interior de una vivienda, parque público, exterior de conjunto habitacional
- Personajes: fuerzas armadas representadas por un soldado protagonista del spot, con uniforme y armado en algunas situaciones y vestido de civil en otras, también se observa a más soldados uniformados y armados. Sociedad civil representada por la familia del soldado y por niños
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: no se emplean efectos sonoros. Utilización de música electrónica de fondo

- Montaje: la historia gira alrededor de las actividades personales y profesionales del soldado, para lo cual se recurre a planos diversos, aunque predomina el uso de planos cercanos que permiten observar sus expresiones faciales

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se hace un juego de palabras para transmitir empatía: Porque también somos padres, hijos, hermanos y amigos hacemos todo lo posible por cuidar a tu familia, que es la nuestra
- Se afirma que "en el ejército y fuerza aérea, hombres y mujeres actúan por ti"
- Se hace referencia a México 2 veces y al país una vez
- Spot de carácter emotivo que pretende causar empatía en la población al humanizar a las fuerzas armadas
- Destaca por su calidad gráfica respecto a otros spots analizados
- Utilización sistemática de imágenes de niños
- Se muestra una secuencia en la que un niño hace un saludo militar a un soldado
- Destaca la presencia de un helicóptero artillado de alto poder

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a soldados fuertemente armados y supuestos delincuentes sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicóptero artillado)
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (mediante la frase "hacemos todo lo posible para cuidar a tu familia que es la nuestra", así como a través de la última escena en la que un niño hace un saludo militar a un soldado)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 105

Información general	
Nombre del spot	Seguridad ciudadana
Campaña	Despedida
Año de emisión	2012
Órgano emisor	Secretaría de Gobernación
Descripción general	El spot es el mismo que el nº96 emitido por la Presidencia de la República
Número de repeticiones	223

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *La estrategia de seguridad del Gobierno del Presidente de la República además de combatir el crimen, recupera y fortalece tu comunidad*

Mujer: *Este parque y las calles alrededor antes eran muy oscuras y peligrosas, hoy está muy iluminado y bonito; ahora sí salimos a convivir en familia*

Voz en off: *en Tijuana, en la Colonia Camino Verde, una de las más marginadas, se está mejorando el entorno con alumbrado y recuperación de parques y canchas. Como este, el Gobierno Federal está rescatando espacios en todo el país.*

Hombre: *Ya pude reabrir mi tienda, porque la colonia ya se siente más segura*

Joven: *Entre todos y con la ayuda del gobierno estamos recuperando la colonia*

Voz en off: *Con acciones sociales sembramos la semilla de un México seguro para ti y tu familia. Vivir mejor. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: el spot abre con imágenes de archivo de policías y soldados llevando a cabo operativos en exteriores. Posteriormente se muestran secuencias de un parque público en el que diferentes personas hacen uso de sus instalaciones
- Personajes: fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados. Presuntos criminales representados por un hombre detenido. Sociedad civil representada por hombres, mujeres, niños y niñas de diferentes edades
- Iluminación: clara a lo largo del spot, se usa luz natural en escenas de día y artificial en escenas nocturnas
- Banda sonora: empleo de música electrónica e instrumental de guitarras a lo largo del spot. En las escenas del parque se añade a esta música el sonido ambiente del parque. Poco uso de efectos sonoros, destaca el sonido de un helicóptero y una ambulancia al

inicio del spot y de efectos creados por ordenador para sonorizar los objetos que aparecen en la cortinilla de cierre

- Montaje: Uso constante de planos generales para el parque y las secuencias de policías y militares. Uso de planos cortos cuando elementos de la sociedad civil hablan de frente a la cámara

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma que el gobierno "no se limita a combatir al crimen sino a fortalecer y recuperar comunidades"
- Se señala que un lugar antes era "oscuro y peligroso" y ahora es "iluminado y bonito"
- La entrada del spot, con presencia de policías y militares fuertemente armados y de detenidos sometidos, opaca el contenido del resto del spot, que transmite valores positivos

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la recuperación de espacios y la sana convivencia pública
- **Cultura de violencia**
 - Se observa a policías y militares fuertemente armados y a detenidos sometidos
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicóptero)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 106

Información general	
Nombre del spot	Denuncia ciudadana
Campaña	Seguridad nacional
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Secretaría de Marina-Armada de México
Descripción general	Spot de 30 segundos que muestra a 7 personas con el rostro pintado de blanco y con un fondo negro invitando a la ciudadanía a denunciar actos ilícitos. La escena final muestra a un contingente de marinos con el rostro cubierto y portando armas de asalto avanzando en formación
Número de repeticiones	246

Fotograma



Transcripción (palabra)

Mujer 1: *La delincuencia organizada en México*
 Mujer 2: *Quiere que las personas buenas*
 Hombre 1: *Que somos la mayoría*
 Mujer 3: *Nos quedemos callados*
 Hombre 2: *Que nos escondamos*
 Mujer 4: *Por eso si ves que alguien actúa fuera de la ley*
 Mujer 2: *¡Denúncialo!*
 Hombre 3: *La única cara que verán los criminales*
 Mujer 3: *¡Será la de la justicia!*
 Mujer 1: *Tu denuncia es anónima*
 Hombre 1: *El resultado nos beneficia a todos*
 Voz en off: *Secretaría de Marina-Armada de México. Un México seguro es un México fuerte. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: se observan dos momentos: en el primero de ellos un grupo de hombres y mujeres de diversas edades y con el rostro cubierto de pintura blanca, se dirigen a la cámara a través de un primer plano. Todo esto transcurre en una habitación completamente negra. Posteriormente se hace uso de una secuencia en la que se observa a un grupo de soldados uniformados y armados marchando en un espacio

<p>exterior abierto</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Personajes: sociedad civil representada por hombres y mujeres de distintas edades. Fuerzas armadas representadas por soldados uniformados y armados➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot➤ Banda sonora: no se emplea música pero si numerosos efectos sonoros generados por ordenador que acompañan la narrativa del spot➤ Montaje: planos medios cortos y primeros planos para la sociedad civil. Plano americano para las fuerzas armadas que permite observar claramente su armamento
Elementos clave de la estrategia comunicativa
<ul style="list-style-type: none">➤ Se señala que las personas "buenas" "somos la mayoría"➤ Se asocia "seguridad" con "fortaleza"
Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia
<ul style="list-style-type: none">▪ Culturas de paz<ul style="list-style-type: none">➤ Se fomenta la denuncia ciudadana▪ Cultura de violencia<ul style="list-style-type: none">➤ Se afirma que "las personas buenas somos la mayoría"➤ Se muestra a soldados fuertemente armados
Otros comentarios y observaciones

Spot nº 107

Información general	
Nombre del spot	Combate al narcotráfico y delincuencia organizada
Campaña	Seguridad nacional
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Secretaría de Marina-Armada de México
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración que muestra diversas secuencias de elementos de la Marina realizando operativos en tierra, mar y aire
Número de repeticiones	1743

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off 1: *Porque nuestro único propósito es servirte todos los días*

Voz en off 2: *Nos esforzamos en combatir al narcotráfico y la delincuencia organizada, actuando con transparencia y respeto a la sociedad*

Voz en off 1: *Así, gracias a tu confianza, juntos haremos de México el país seguro que todos queremos*

Voz en off 2: *Secretaría de Marina-Armada de México. Un México seguro para vivir mejor, Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: empleo de imágenes grabadas siempre en exteriores, nocturnas y diurnas, en las que se observa a marinos llevando a cabo diversos operativos
- Personajes: fuerzas armadas representadas por marinos uniformados y armados
- Iluminación: tenue a lo largo del spot
- Banda sonora: Uso constante de efectos sonoros de equipamiento: sonidos mecánicos, hélices, sirenas, etc., así como sonidos creados por ordenador que acompañan la narrativa publicitaria
- Montaje: destaca el uso de secuencias rápidas y planos generales que muestran armamento y vehículos de alto poder

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se agradece la confianza en la Marina por parte de la ciudadanía
- Se repite la palabra México 3 veces

- Palabras asociadas a la Marina: "servicio", "transparencia", "respeto"
- El spot destaca por su calidad gráfica
- Destaca la presencia de equipamiento de alto poder: helicópteros diversos, vehículos acuáticos de combate, armas empotradas, etc.

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a soldados fuertemente armados
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros, vehículos terrestres y acuáticos, un buque de guerra)
 - Se agradece la confianza de la ciudadanía

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 108

Información general	
Nombre del spot	Sureste
Campaña	Seguridad nacional
Año de emisión	2012
Órgano emisor	Secretaría de Marina-Armada de México
Descripción general	Spot de 30 segundos ambientado en una playa del Caribe Mexicano que muestra a una mujer contando a la cámara que un huracán se llevó a sus hijos pescadores, pero que la Marina los rescató. Otra secuencia, narrada por una voz en off muestra a elementos de la Marina llevando a cabo diversos entrenamientos en alta mar
Número de repeticiones	451
Fotograma	
 <p>para proteger a todos los mexicanos.</p>	
Transcripción (palabra)	
<p>Mujer: <i>Dicen que le ponen nombre a los huracanes para no olvidarlos. ¿Cómo olvidar lo que vivimos?. Me acuerdo que esa mañana mis niños salieron a pescar y ya no regresaron... el huracán se los llevó</i></p> <p>Voz en off: <i>La Marina-Armada de México se ha equipado con la más alta tecnología para proteger a todos los mexicanos</i></p> <p>Mujer: <i>¡La Marina me los salvó! es más, ahí vienen</i></p> <p>Voz en off: <i>Con la protección de la Marina Armada sembramos la semilla de un México seguro</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: rodaje en exteriores en un pequeño puerto pesquero ➤ Personajes: sociedad civil representada por una mujer de mediana edad y sus dos hijos jóvenes. Fuerzas armadas representadas por marinos llevando a cabo acciones de vigilancia y rescate, no se observa armamento ➤ Iluminación: natural y clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: música instrumental y sonido ambiente de fondo. No se emplean efectos sonoros ➤ Montaje: utilización constante de primeros planos de la mujer 	

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se asocia la idea de protección con La Marina
- Se exalta claramente a este cuerpo militar "¡La Marina me los salvó!"
- Se asocia tecnología con protección

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a la sociedad en actitud de agradecimiento a las fuerzas armadas (La Marina me los salvó)
 - Se afirma que La Marina protege al país (con la protección de la Marina-Armada sembramos la semilla de un México Seguro)

Otros comentarios y observaciones

- Las condiciones meteorológicas mostradas en el spot no concuerdan con los sucesos contados por la mujer

Spot nº 109

Información general	
Nombre del spot	Sur
Campaña	Seguridad nacional
Año de emisión	2012
Órgano emisor	Secretaría de Marina-Armada de México
Descripción general	Spot de 30 segundos ambientado en una playa del Pacífico Mexicano en donde un grupo de personas habla a la cámara sobre la labor de la Marina, se muestran felices y agradecidos con ellos. Cuando no salen estas personas en escena, se muestran secuencias de elementos de la Marina llevando a cabo diversos operativos en tierra, mar y cielo
Número de repeticiones	608

Fotograma



Transcripción (palabra)

Mujer: *Cuando uno no los necesita ni se acuerda de ellos, pero qué bueno que están en Guerrero con nosotros*

Hombre 1: *¡Me quito el sombrero y los admiro mucho!*

Voz en off 1: *Su lucha es nuestra y de todos, hay que salir adelante*

Hombre 2: *Les tenemos mucha fe, nos sentimos protegidos*

Mujer 2: *Gracias y sepan que estamos con ustedes*

Voz en off 2: *Con la protección de la Marina Armada sembramos la semilla de un México seguro*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: rodaje en exteriores en una playa y altamar
- Personajes: sociedad civil representada por hombres y mujeres de diferentes edades. Fuerzas armadas representadas por marinos uniformados y armados llevando a cabo acciones de entrenamiento
- Iluminación: natural y clara a lo largo del spot
- Banda sonora: música instrumental y sonido ambiente de fondo. No se emplean efectos sonoros
- Montaje: utilización constante de planos americanos y generales a lo largo del spot

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- El spot claramente exalta a la Marina Armada (les tenemos mucha fe, nos sentimos protegidos)
- Afirma conformidad a la estrategia armada por parte de la ciudadanía (su lucha es nuestra y de todos, hay que salir adelante; qué bueno que están en Guerrero con nosotros)
- Presenta en reiteradas ocasiones agradecimiento y admiración hacia este cuerpo militar: ¡Me quito el sombrero y los admiro mucho!, les tenemos mucha fe, nos sentimos protegidos
- Se asocia la idea de protección con la Marina
- El spot destaca por su calidad gráfica
- Destacan las escenas de un desembarco en una playa paradisíaca, donde se aprecia a una buena cantidad de soldados fuertemente armados, dos helicópteros de combate y un vehículo militar acuático; la de un convoy con numerosos vehículos militares terrestres y al menos un helicóptero y otra en la que aparecen hasta 5 vehículos militares acuáticos y un helicóptero

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a soldados fuertemente armados
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros, vehículos terrestres y acuáticos, un buque de guerra)
 - Se muestra a la sociedad en actitud de agradecimiento a las fuerzas armadas (qué bueno que están en Guerrero con nosotros, me quito el sombrero y los admiro mucho, les tenemos mucha fe, nos sentimos protegidos, gracias y sepan que estamos con ustedes)
 - Se afirma que La Marina protege al país (con la protección de la Marina-Armada sembramos la semilla de un México Seguro)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 110

Información general	
Nombre del spot	Noroeste
Campaña	Seguridad nacional
Año de emisión	2012
Órgano emisor	Secretaría de Marina-Armada de México
Descripción general	Spot de 30 segundos ambientado Mazatlán, Sinaloa, en donde un grupo de personas habla a la cámara sobre la labor de la Marina, se muestran felices y agradecidos con ellos. Cuando no salen estas personas en escena, se muestran secuencias de elementos de la Marina llevando a cabo diversos operativos en tierra, mar y cielo
Número de repeticiones	635
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Hombre: <i>Aunque no me conozcan, están luchando por nosotros, por México</i> Mujer: <i>No saben en qué trabajo ;pero ellos se la rifan!, por mí y mi familia, todos los días</i> Niña: <i>Gracias por estar aquí y cuidarnos</i> Voz en off: <i>Con la protección de la Marina Armada sembramos la semilla de un México seguro</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: rodaje en exteriores en una playa, en altamar y en parajes naturales ➤ Personajes: sociedad civil representada por un hombre y una mujer jóvenes y por una niña pequeña. Fuerzas armadas representadas por marinos uniformados y armados llevando a cabo acciones de entrenamiento ➤ Iluminación: natural y clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: música instrumental y sonido ambiente de fondo. No se emplean efectos sonoros ➤ Montaje: utilización constante de planos americanos y generales a lo largo del spot, destaca el uso de primeros planos a la niña y a marinos al final del spot 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El spot claramente exalta a la Marina Armada (ellos se la rifan) ➤ Afirma conformidad a la estrategia armada por parte de la ciudadanía (están luchando por nosotros, por México) 	

- Presenta en reiteradas ocasiones agradecimiento y admiración hacia este cuerpo militar: ellos se la rifan por mí y mi familia, todos los días; gracias por estar aquí y cuidarnos
- Se asocia la idea de protección con La Marina
- Destaca la presencia de equipamiento de alto poder: armas largas con lanzagranadas, helicópteros, vehículos acuáticos de combate
- Utilización de niños para expresar conformidad hacia la estrategia de combate

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a soldados fuertemente armados
 - Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros, vehículos acuáticos)
 - Se muestra a la sociedad en actitud de agradecimiento a las fuerzas armadas (están luchando por nosotros, por México, ellos se la rifan por mí y mi familia todos los días, gracias por estar aquí y cuidarnos)
 - Se afirma que La Marina protege al país (con la protección de la Marina-Armada sembramos la semilla de un México Seguro)
 - Relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (una niña agradece a La Marina por "cuidarnos")

Otros comentarios y observaciones

Spot n° 111

Información general	
Nombre del spot	La figura del agente público de la federación
Campaña	La figura del agente público de la federación
Año de emisión	2007
Órgano emisor	Procuraduría General de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos que habla sobre las atribuciones de los agentes del ministerio público de la federación, en el marco de las reformas al sistema de justicia penal mexicano
Número de repeticiones	19

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *En el nuevo sistema de justicia penal mexicano existe una figura encargada de trabajar para hacer que se cumpla la ley, el agente del ministerio público de la federación, quien con herramientas como la ley que le permite confiscar los bienes de los delincuentes y usarlos en beneficio de la sociedad y con el apoyo de la nueva policía federal ministerial y los peritos, investiga, persigue y combate los delitos federales. Todos son evaluados periódicamente mediante estrictos exámenes de control. En la lucha contra la delincuencia organizada, trabajamos para hacer que se cumple la ley y tener un México más seguro. Vivir Mejor. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de animaciones computarizadas y secuencias de diversos agentes del ministerio público llevando a cabo trabajos de oficina y periciales
- Personajes: agentes del ministerio público. Fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por un hombre siendo detenido. Sociedad civil representada por hombres y mujeres adultos
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: uso de música electrónica a lo largo del spot. Se recurre a efectos sonoros creados por ordenador para animaciones, transiciones y textos resaltados. Destaca, por su volumen, el sonido de un martillo de madera siendo golpeado por un juez
- Montaje: utilización de animaciones computarizadas y planos diversos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se asocia la seguridad con el cumplimiento de la ley

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la cultura de la legalidad
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos

Otros comentarios y observaciones

Spot n° 112

Información general	
Nombre del spot	Reformas al sistema de justicia penal
Campaña	Reformas al sistema de justicia penal
Año de emisión	2008
Órgano emisor	Procuraduría General de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración que presenta las dos figuras que forman parte del sistema de justicia penal mexicano: la policía y los agentes del ministerio público de la federación
Número de repeticiones	6

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *En el nuevo sistema de justicia penal mexicano la sociedad es representada por dos figuras, la policía, quien detiene y previene los delitos y el agente del ministerio público de la federación, que investiga los delitos federales para hacer que se cumpla la ley. El ministerio público de la federación ahora cuenta con mejores herramientas como la nueva policía federal ministerial y una ley que permite confiscar los bienes de los delincuentes y usarlos en beneficio de la sociedad. En la lucha contra la delincuencia organizada, trabajamos para hacer que se cumple la ley y tener un México más seguro. Vivir Mejor. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de animaciones computarizadas y secuencias de diversos agentes del ministerio público llevando a cabo trabajos de oficina y periciales, así como de policías en acción
- Personajes: agentes del ministerio público. Fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por un hombre siendo juzgado y por una mujer joven siendo detenida. Sociedad civil representada por dos familias con hijos
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: uso de música electrónica a lo largo del spot. Se recurre a efectos sonoros creados por ordenador para animaciones, transiciones y textos resaltados. Destaca, por su volumen, el sonido de un martillo de madera siendo golpeado por un juez
- Montaje: utilización de animaciones computarizadas y planos diversos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se asocia la seguridad con el cumplimiento de la ley
- En una escena se observa a 5 policías fuertemente armados escoltan a una mujer joven esposada

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la cultura de la legalidad
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 113

Información general	
Nombre del spot	Lucha contra la delincuencia organizada
Campaña	Lucha contra la delincuencia organizada
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Procuraduría General de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración que presenta los principales resultados alcanzados por los ministerios públicos de la federación en materia de averiguaciones y sentencias en un periodo de tiempo determinado
Número de repeticiones	2137

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Gracias a la investigación, persecución y combate frontal del Gobierno Federal en contra de la delincuencia organizada, la Procuraduría General de la República a través del ministerio público de la federación ha consignado más de ochenta y cinco mil averiguaciones previas y ha obtenido más de cincuenta y seis mil sentencias de las cuales 94% han sido condenatorias; esto es cincuenta y dos sentencias condenatorias diarias. En la lucha contra la delincuencia organizada trabajamos para hacer que se cumpla la ley y tener un México más seguro. Vivir mejor. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de animaciones computarizadas y secuencias de diversos agentes del ministerio público llevando a cabo trabajos de oficina y periciales
- Personajes: agentes del ministerio público. Fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: uso de música electrónica a lo largo del spot. Se recurre a efectos sonoros creados por ordenador para animaciones, transiciones y textos resaltados. Destaca, por su volumen, el sonido de un martillo de madera siendo golpeado por un juez
- Montaje: utilización de animaciones computarizadas y planos diversos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se asocia la seguridad con el cumplimiento de la ley
- Se enaltece la estrategia de combate: "gracias al combate frontal del gobierno a la delincuencia organizada"
- Utilización sistemática de cifras sobre detenidos

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la cultura de la legalidad
 - Se trabaja contra la impunidad
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 114

Información general	
Nombre del spot	Detenciones marzo
Campaña	Detenciones marzo
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Procuraduría General de la República
Descripción general	El spot es el mismo que el nº57 emitido por la Presidencia de la República
Número de repeticiones	922

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Para que la droga no llegue a tus hijos, decidimos combatir al crimen organizado de frente y de fondo. Estos son algunos resultados: se han decomisado más de 4 mil toneladas de droga, los decomisos más grandes de la historia. Se han condenado a más de 43 mil delincuentes y confiscado 37 mil armas al crimen organizado. Trabajamos para que la droga no llegue a tus hijos. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: utilización de animaciones computarizadas que muestran secuencias de fuerzas armadas en acción y textos sobreimpresos con cifras de resultados en materia de seguridad
- Personajes: Fuerzas armadas representadas por policías y soldados uniformados y armados o llevando a cabo labores de oficina. Presuntos delincuentes representados por hombres detenidos. Sociedad civil representada por una niña pequeña
- Iluminación: tenue a lo largo del spot, empleo de un filtro que oscurece las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: el spot está lleno de efectos sonoros que acompañan las transiciones, los textos sobre impresos, las animaciones y la cortinilla de cierre. Son en su mayoría sonidos que connotan tecnología. Empleo de música electrónica de fondo que connota acción
- Montaje: destaca el uso de animaciones computarizadas muy dinámicas

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- A pesar de que el spot dura solo 20 segundos, la frase "para que la droga no llegue a tus

hijos" es empleada dos veces

- Se afirma que se combate al crimen organizado se hace frente y de fondo
- Se utiliza constantemente el término "más" para informar sobre resultados: "más de 4 mil toneladas", "más de 43 mil delincuentes", los decomisos "más grandes"

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
 - Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (para que la droga no llegue a tus hijos)

Otros comentarios y observaciones

- Destaca la musicalización de acción empleada y los efectos gráficos que asemejan a los empleados en series de ficción

Spot nº 115

Información general	
Nombre del spot	Reforma de seguridad y justicia
Campaña	Reforma de seguridad y justicia
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Procuraduría General de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos donde un grupo de ciudadanos hablan sobre las principales características de la reforma de seguridad y justicia
Número de repeticiones	2334

Fotograma



Transcripción (palabra)

Mujer 1: *¿Qué sabes de la reforma de seguridad y justicia?*
 Joven: *Todos somos inocentes hasta que se demuestre lo contrario*
 Mujer 2: *Va contra la corrupción*
 Hombre 1: *Para la ley, todos somos iguales, ricos o pobres*
 Mujer 3: *Contra el crimen organizado*
 Hombre 2: *El delincuente a la cárcel y a reparar el daño*
 Mujer 4: *Justicia confiable*
 Hombre 3: *Combate a las drogas*
 Mujer 5: *Para vivir seguros y tranquilos*
 Voz en off: *Reforma de seguridad y justicia*
 Niño: *Está buena, ¿no?*
 Voz en off: *Vivir mejor. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: se muestran diferentes escenas grabadas principalmente en exteriores, lugares públicos
- Personajes: Sociedad civil representada por hombres, mujeres, niños y niñas de diferentes edades
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: música electrónica de fondo. No se utilizan efectos sonoros
- Montaje: constante uso de primeros planos de los representantes de la sociedad civil mostrados en el spot

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se exaltan y se atribuyen aspectos positivos a la reforma de seguridad y justicia
- Utilización de un menor para asegurar que la reforma de seguridad y justicia es positiva

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la justicia
- **Cultura de violencia**
 - Se relaciona el combate al narcotráfico emotivamente con los hijos (se muestra un niño que afirma que la reforma de seguridad y justicia es buena)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 116

Información general	
Nombre del spot	Especialidad en función ministerial
Campaña	Especialidad en función ministerial
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Procuraduría General de la República
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración ambientado en un juzgado en el que un hombre invita a la población a convertirse en agentes del ministerio público de la federación; para ello informa sobre los requisitos y los sitios donde se puede encontrar información al respecto
Número de repeticiones	305
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Hombre: <i>¿Te interesa ser un agente el ministerio público de la federación?. La PGR y el INACIPE te ofrecen una beca para cursar la especialidad en función ministerial. Si eres abogado o abogada, tienes 3 años de experiencia y tienes entre 25 y 40 años, acércate, ahora más que nunca México requiere de personas profesionales, honestas y confiables. Consulta las bases</i></p> <p>Voz en off: <i>Vivir mejor. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: rodaje al interior de un juzgado. Se hace uso de animaciones computarizadas para mostrar textos sobreimpresos ➤ Personajes: el spot está protagonizado por un hombre joven ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot ➤ Banda sonora: utilización constante de efectos sonoros creados por ordenador para animaciones y textos sobreimpresos ➤ Montaje: utilización constante de plano americano 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se transmite de forma implícita que los funcionarios ministeriales son profesionales, honestos y confiables ➤ El spot no presenta recursos audiovisuales de interés para el análisis 	

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan

- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 117

Información general	
Nombre del spot	Tercer informe de gobierno en materia de procuración de justicia
Campaña	Tercer informe de gobierno en materia de procuración de justicia
Año de emisión	2009
Órgano emisor	Procuraduría General de la República
Descripción general	Se trata del mismo spot que el nº72 emitido por Presidencia de la República.
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off: *Tercer informe de gobierno. El Presidente Felipe Calderón te habla en su tercer informe de gobierno de los principales resultados en materia de seguridad*

Presidente Felipe Calderón: *Estimados ciudadanos, las familias mexicanas son familias de trabajo que todos los días hacen un gran esfuerzo por salir adelante. Es injusto que ese esfuerzo se quede en manos de criminales. Sé que lo más importante para ti es que tu familia pueda vivir segura y salir a la calle sin temor. Por eso el Gobierno Federal trabaja por tu seguridad, estamos poniendo un alto al crimen organizado, un enemigo que mata, secuestra y extorsiona a gente inocente, que extorsiona a hombres y mujeres honestos, que acaba con las posibilidades de desarrollo de comunidades enteras, que trunca el futuro de muchas personas. Con el esfuerzo heroico de miles de policías, soldados, marinos y ministerios públicos federales, estamos golpeando duro a la delincuencia. Los criminales que estaban acostumbrados a operar con impunidad ahora viven bajo la amenaza permanente de ser capturados y llevados a la justicia. Los decomisos de droga afectan sus ganancias, los arrestos de sus líderes generan caos y desesperación en sus filas, las detenciones de funcionarios corruptos les quita la protección que tenían. En lo que va de este gobierno, hemos decomisado cerca de 50 mil armas al crimen, le hemos asegurado cantidades de droga como nunca antes en la historia de México, hemos incautado 5 mil toneladas de marihuana y casi 90 de cocaína; equivale a más de 2500 millones de dosis. Hemos detenido a casi 80 mil personas presuntamente vinculadas a la delincuencia y las hemos puesto a disposición de las autoridades. Muchas de ellas han sido líderes de los principales cárteles en distintas ciudades del país. Tan solo en el último año hemos capturado a casi 70 capos regionales de todos los cárteles, es decir, en un año hemos hecho más capturas que las que solían hacerse a lo largo de todo un sexenio. Estamos golpeando con decisión y sin distinguos a todos los grupos criminales. Quiero ser muy enfático en esta lucha. No nos limitamos ni centramos la lucha por combatir el narcotráfico nada más; esta lucha es fundamentalmente por tu seguridad y la de tu familia. Buscamos evitar que los criminales tomen el control de las comunidades y así pretendan imponer sus reglas. Esta lucha busca evitar que grupos criminales se adueñen del pueblo, de la ciudad donde vives y entonces se dediquen a*

secuestrar o a extorsionar a la población. Combatimos a la delincuencia para hacer valer la ley. Solo con un verdadero estado de derecho es posible garantizar la seguridad y la libertad de los ciudadanos y fomentar el crecimiento económico y los empleos que tanto necesitamos. La acción de los delincuentes lastima a los mexicanos en su integridad, su patrimonio y en su propia vida. Justamente uno de los delitos que más agravia a la sociedad es el secuestro; por eso hemos apoyado a las autoridades locales responsables de combatir este terrible mal. Solo este año, los últimos 12 meses, hemos detenido a más de 1400 secuestradores, hemos desarticulado a más de 200 bandas dedicadas al secuestro y hemos liberado a más de mil víctimas que habían sido secuestradas. Si seguimos así, muy pronto el secuestro va a reducir su incidencia perniciosa en el país. En el Gobierno Federal seguimos comprometidos con tu seguridad y la de tu familia. Con estas acciones estamos construyendo un México seguro, un México para vivir mejor

Voz en off: Tercer Informe de gobierno. Gobierno Federal

Imagen y sonido

- Puesta en escena: uso de imágenes de archivo de operativos diversos, animaciones computarizadas y secuencias al exterior de instalaciones de la policía federal
- Personajes: Presidente Felipe Calderón, fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados. Presuntos delincuentes representados por hombres detenidos y fichas policiales, se observa también a algunas mujeres jóvenes detenidas. Sociedad civil representada por un hombre y una mujer jóvenes supuestamente rescatados de secuestro
- Iluminación: clara a lo largo del spot. Utilización de un filtro que oscurece ligeramente las esquinas de la pantalla
- Banda sonora: Uso de efectos sonoros a lo largo del spot para transiciones, textos sobrepuestos y cortinilla inicial y final. Se usan al menos 3 canciones electrónicas a lo largo del spot. En la primera de ellas destacan sonidos de tambores y recuerda al sonido producido por una banda de guerra. La segunda de ellas evoca a la banda sonora de las películas Piratas del Caribe y la tercera es mucho más pausada y tenue.
- Montaje: durante buena parte del spot se muestran planos medios cortos de Calderón en el exterior de instalaciones de la policía federal dirigiéndose a la cámara de frente. Se hace uso de imágenes de archivo de policías llevando a cabo diversos operativos, así como de animaciones computarizadas para presentar información sobre presuntos detenidos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se hace referencia al crimen organizado como "el enemigo"
- Se afirma que el esfuerzo llevado a cabo por policías y soldados es "heroico"
- Mención sistemática de cifras sobre detenidos y decomisos
- Se asocian capturas y decomisos con la "construcción de un México seguro"

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se denomina al crimen organizado como "enemigo"
 - Se denomina el esfuerzo de policías, soldados, marinos y ministerios públicos como heroico

- Se observa equipamiento de alto poder (helicópteros, buques de guerra)
- Se muestra a policías fuertemente armados y a presuntos delincuentes sometidos
- Justificación de la estrategia de combate mediante la presentación de resultados

Otros comentarios y observaciones

- La larga duración de la pieza hace que pierda impacto
- Destaca la musicalización empleada en el spot, a partir del minuto 2 suena la canción "mutiny on the sea", de Mark Petrie, la cual suena de manera muy similar a las bandas sonoras de las películas Piratas del Caribe, de reminiscencias heroicas

Spot n° 118

Información general	
Nombre del spot	Cuarto informe de gobierno acciones de PGR
Campaña	Cuarto informe de gobierno acciones de PGR
Año de emisión	2010
Órgano emisor	Procuraduría General de la República
Descripción general	Se trata del mismo spot que el n°81 emitido por Presidencia de la República
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Presidente Felipe Calderón: *Como nunca antes estamos debilitando la estructura y el poder económico de la delincuencia, haciendo decomisos históricos en drogas, armas y dinero. Hoy contamos con una policía federal profesional, mejor equipada y más honesta. La seguridad es responsabilidad de todos, por eso he convocado a autoridades y ciudadanos a fortalecer la estrategia nacional de seguridad. Vale la pena la lucha, la razón eres tú*

Voz en off: *Seguimos construyendo un México más fuerte. Cuarto informe de gobierno. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interior de una oficina institucional, uso de imágenes de archivo de sociedad civil y elementos de las fuerzas armadas. Uso de animaciones computarizadas
- Personajes: Presidente Felipe Calderón. Sociedad civil representada por tres niños y un hombre adulto. Fuerzas armadas representadas por policías uniformados y armados y vestidos de civil
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: música electrónica de fondo. Empleo de efectos sonoros para textos sobreimpresos y cortinilla final
- Montaje: planos medios cortos para el presidente

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se afirma directamente que "vale la pena la lucha"
- Se alude que la razón de tal lucha "eres tú"
- Se señala que se está debilitando a la delincuencia "como nunca"

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se afirma que la seguridad es responsabilidad de todos

- **Cultura de violencia**
 - Justificación directa de la estrategia de combate (vale la pena la lucha)

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 119

Información general	
Nombre del spot	Quinto informe de gobierno seguridad y procuración de justicia
Campaña	Quinto informe de gobierno seguridad y procuración de justicia
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Procuraduría General de la República
Descripción general	Se trata del mismo spot que el nº93 emitido por Presidencia de la República
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Presidente Felipe Calderón: <i>Al llegar a la Presidencia de la República, encontré que la violencia desatada por unas organizaciones criminales contra otras venía creciendo y lastima mucho a la sociedad. Por eso decidí actuar con toda firmeza para ponerle un alto a los criminales que han generado tanta violencia y construir un México seguro y fuerte. Y lo vamos a lograr. Estamos trabajando por tu seguridad y la de tu familia</i></p> <p>Voz en off: <i>Con hechos construimos un México más fuerte. Quinto informe de gobierno. Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: interior de un laboratorio de criminalística. Secuencias de archivo de policías y militares en acción ➤ Personajes: Presidente Felipe Calderón. Fuerzas armadas representadas por policías y soldados en diferentes escenarios ➤ Iluminación: clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: música electrónica de fondo, empleo de sonidos creados por ordenador para textos sobrepuestos y cortinilla final ➤ Montaje: la mayor parte del spot se usa un plano medio corto del presidente dentro de un laboratorio de criminalística 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La palabra violencia se repite dos veces ➤ La idea de seguridad se repite tres veces ➤ Spot de carácter institucional en el que destaca la presencia de vehículos con alto poder 	

- de fuego: Un helicóptero artillado, dos tanquetas, un helicóptero de la policía federal.
- El spot también muestra imágenes que transmiten investigación e inteligencia

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - No se observan
- **Cultura de violencia**
 - Se observa equipamiento de alto poder (camiones de combate, helicópteros)
 - Se observa a policías fuertemente armados
 - Justificación directa de la estrategia de combate al narcotráfico por parte del Presidente Felipe Calderón

Otros comentarios y observaciones

Spot n° 120

Información general	
Nombre del spot	Enlace resultados
Campaña	Quehacer educativo
Año de emisión	2010
Órgano emisor	Secretaría de Educación Pública
Descripción general	Spot de 30 segundos ambientado en una escuela donde dos mujeres hablan sobre la forma de acceder a los resultados de la prueba enlace. En otra escena se muestran secuencias de padres de familia revisando los resultados junto a sus hijos en sus hogares, al tiempo que una voz en off dice: Recuerda, tú eres parte importante en la educación de tus hijos
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Mujer 1: <i>¿Qué tanto ves Rosi?</i> Mujer 2: <i>¡Ya están los resultados de la prueba enlace de la escuela y también los del año pasado!</i> Mujer 1: <i>¿Y dónde veo los de mi niña?</i> Mujer 2: <i>Podemos consultarlos en la página de internet: www.enlace.sep.gob.mx con el folio que le dieron a su hija el día de la evaluación</i> Voz en off: <i>Recuerda, tú eres parte importante en la educación de tus hijos, consulten juntos los resultados de enlace para identificar qué conocimientos deben ser reforzados, porque enlace también es útil para ti. Vivir mejor, Gobierno Federal</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: pasillos de una escuela ➤ Personajes: Dos mujeres de mediana edad, niños, niñas y familias ➤ Iluminación: tenue a lo largo del spot ➤ Banda sonora: sonido ambiente y música electrónica de fondo, no se usan efectos sonoros ➤ Montaje: principalmente primeros planos de las mujeres protagonistas 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	

- Se asocia la idea de vivir mejor con la educación
- El spot no cuenta con recursos audiovisuales de interés para el estudio

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la educación y se invita a los padres a formar parte de la educación de sus hijos
- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot n° 121

Información general	
Nombre del spot	Valores para la convivencia en el Siglo XXI
Campaña	90 aniversario de la SEP
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Secretaría de Educación Pública
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración que muestra una animación narrada con una serie de pautas para evitar el acoso escolar
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Voz en off 1: *¿Qué hacer para evitar el acoso escolar si eres estudiante?*

Voz en off 2: *Habla con tu mamá, tu papá o tus maestros*

Voz en off 1: *No seas violento*

Voz en off 2: *Evita apodosos y burlas*

Voz en off 1: *Convive con respeto*

Voz en off 2: *Infórmate en www.sep.gob.mx o llama al 018002886688*

Voz en off 1: *Con educación construimos los cimientos de un México más seguro para ti y tu familia. Vivir mejor, Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: animación computarizada
- Personajes: dibujos animados
- Iluminación: clara, se usan todos de naranja y gris en la animación
- Banda sonora: música electrónica y uso de efectos sonoros computarizado acompañan la animación
- Montaje: animación computarizada

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se asocia la idea de vivir mejor con la educación
- Se relacionan directamente los conceptos de educación y seguridad
- El spot no cuenta con recursos audiovisuales de interés para el estudio

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la lucha contra el acoso escolar
 - Se promueven valores y buenas prácticas

- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 122

Información general	
Nombre del spot	Difusión de resultados de la SEP - niños
Campaña	Logros
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Secretaría de Educación Pública
Descripción general	Spot de 30 segundos ambientado en un patio escolar, donde una niña y dos niños intercambian opiniones sobre una prueba y las nuevas instalaciones sanitarias de la escuela
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Mujer: *Terminamos la prueba, gracias, vamos a salir*

Niña: *Y a ustedes ¿Cómo les fue en la prueba?*

Niño 1: *A mi muy bien porque mi papá me ayudó a estudiar, así conservo mi beca*

Niño 2: *¿Qué, listos para la cascarita?*

Niño 1: *¡Sí, para meterles una goliza!... pero primero voy al baño*

Niño 2: *¡Vas a estrenar los nuevos baños!*

¿Y qué tal?

Niño 1: *Quedaron re bien*

Mujer: *Ahora sí maestro, tenemos más y mejor educación*

Voz en off: *Con mejor educación construimos un México más fuerte. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interior de un aula y patio de juegos de una escuela primaria
- Personajes: un profesor y una profesora, niños y niñas de edad escolar
- Iluminación: natural y clara a lo largo del spot
- Banda sonora: sonido ambiente y música instrumental de fondo, no se usan efectos sonoros.
- Montaje: predomina el uso de primeros planos a niños

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se asocian directamente los conceptos de educación y fortaleza
- El spot no cuenta con recursos audiovisuales de interés para el estudio

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la educación y la implicación de los padres en la educación de sus hijos

- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 123

Información general	
Nombre del spot	Difusión de resultados de la SEP - maestros
Campaña	Logros
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Secretaría de Educación Pública
Descripción general	Spot de 30 segundos ambientado en un pasillo escolar donde un par de profesores hablan sobre una prueba que tienen que realizar y sobre cómo tienen que capacitarse constantemente
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Mujer: *Hola maestro*

Hombre: *Hola maestra ¿cómo está?*

Mujer: *Bien. ¿Ya está listo para la prueba enlace?*

Hombre: *Listo. Y a nuestros grupos les tiene que ir muy bien eh*

Mujer: *Verá que sí, como cuando concursamos por la plaza de maestros y ya ve que nos la ganamos*

Hombre: *Ahora nos tenemos que preparar todo el tiempo ¿no?*

Mujer: *Pues sí, para salir mejor en nuestra evaluación*

Hombre: *Así si tenemos más y mejor educación*

Mujer: *Sí. Nos vemos, hasta luego*

Hombre: *Hasta luego profesora*

Voz en off: *Con mejor educación, construimos un México más fuerte. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: pasillos de una escuela
- Personajes: un maestro y una maestra jóvenes, niños y niñas como figurantes
- Iluminación: natural y clara a lo largo del spot
- Banda sonora: sonido ambiente y música instrumental de fondo. No se emplean efectos sonoros
- Montaje: constante uso de planos medios cortos y planos americanos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se asocian directamente los conceptos de educación y fortaleza
- El spot no cuenta con recursos audiovisuales de interés para el estudio

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la educación
- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 124

Información general	
Nombre del spot	Difusión de resultados de la SEP - consejos
Campaña	Logros
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Secretaría de Educación Pública
Descripción general	Spot de 30 segundos ambientado en una escuela donde se muestra a un grupo de profesores y padres de familia en una reunión de trabajo sobre las necesidades de la escuela
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Mujer 1: ¡Hola!

Hombre: ¡Hola!

Mujer 1: Buenos días Juan, qué bueno que te nos unes al consejo escolar.

Hombre: Pues sí, así nos enteramos y entre todos decidimos lo que hay que hacer en la escuela ¿no?

Mujer 1: ¡Claro!

Y con esto, nuestra escuela queda totalmente reparada

Mujer 2: Y ahora el maestro nos va a dar algunos consejos para leer con los niños...

Hombre: Así ahora tenemos más y mejor educación

Voz en off: Con mejor educación, construimos un México más fuerte. Gobierno Federal

Imagen y sonido

- Puesta en escena: pasillos e interiores de una escuela
- Personajes: maestros, maestras, padres de familia, niños y niñas
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: sonido ambiente y música instrumental de fondo. No se emplean efectos sonoros
- Montaje: constante uso de planos medios cortos y planos americanos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se relacionan directamente los conceptos de educación y fortaleza
- El spot no cuenta con recursos audiovisuales de interés para el estudio

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la educación y la implicación de los padres en la toma de decisiones de las escuelas de sus hijos

- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 125

Información general	
Nombre del spot	Decide tu carrera
Campaña	Logros
Año de emisión	2011
Órgano emisor	Secretaría de Educación Pública
Descripción general	Spot de 30 segundos ambientado en un centro de cómputo donde un grupo de jóvenes hablan sobre su futuro profesional, promocionando un sitio web gubernamental para conocer carreras y universidades
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Mujer 1: *Oigan, estamos a punto de terminar la prepa y todavía no decido mi carrera*
 Hombre 1: *Yo voy a ser futbolista*
 Mujer 2: *Seguro te va a ir de la parada*
 Hombre 2: *Pues hay que pensarle bien, depende para qué seas bueno y qué te guste*
 Mujer 1: *¡Miren! decide tu carrera es el sitio de internet donde nos ayudan a elegir que estudiar*
 Hombre 2: *Haces una prueba para averiguar tus habilidades e intereses*
 Hombre 1: *También enlistan todas las universidades y escuelas donde puedes estudiar*
 Hombre 2: *Y además te da información de cada carrera para elegir aún mejor*
 Hombre 3: *¡Pues así está más fácil!*
 Voz en off: *Con mejor educación, construimos un México más fuerte. Gobierno Federal*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interior, sala de informática
- Personajes: grupo de hombres y mujeres jóvenes
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: sonido ambiente y música instrumental de fondo. No se emplean efectos sonoros
- Montaje: constante uso de primeros planos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- Se asocian directamente los conceptos de educación y fortaleza
- El spot no cuenta con recursos audiovisuales de interés para el estudio

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la educación a nivel universitario

- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 126

Información general	
Nombre del spot	Evaluación universal
Campaña	Evaluación universal
Año de emisión	2012
Órgano emisor	Secretaría de Educación Pública
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración en el que una voz en off narra los beneficios de llevar a cabo una evaluación universal a profesores y directivos de educación básica por parte de la SEP, al tiempo que se muestran diversas secuencias de profesores y alumnos en sus actividades escolares
Número de repeticiones	Información no proporcionada
Fotograma	
	
Transcripción (palabra)	
<p>Voz en off: <i>La Secretaría de Educación Pública y los maestros de México participarán en la evaluación universal para diagnosticar y promover la capacitación y actualización de los maestros y directivos, mejorando así su desempeño y el aprendizaje de sus alumnos. La evaluación universal no afecta los derechos ni la estabilidad laboral de profesores ni directivos de educación básica y nos permite construir un mejor futuro para todos. Evaluación universal de educación básica, por un diagnóstico para mejorar. Secretaría de Educación Pública</i></p>	
Imagen y sonido	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puesta en escena: interiores y exteriores de escuelas ➤ Personajes: maestros, maestras, niños y niñas ➤ Iluminación: clara a lo largo del spot ➤ Banda sonora: música instrumental de fondo, no se emplean efectos sonoros ➤ Montaje: diferentes secuencias con planos distintos 	
Elementos clave de la estrategia comunicativa	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El spot no cuenta con recursos lingüísticos ni audiovisuales de interés para nuestro estudio 	

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la mejora de la calidad educativa en el país

- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones

Spot nº 127

Información general	
Nombre del spot	Testimoniales
Campaña	Evaluación universal
Año de emisión	2012
Órgano emisor	Secretaría de Educación Pública
Descripción general	Spot de 30 segundos de duración que muestra a una serie de profesores dando su opinión favorable acerca de la evaluación universal a profesores y directivos de educación básica promovida por la SEP; a lo largo del spot se observan diversas imágenes de centros escolares
Número de repeticiones	Información no proporcionada

Fotograma



Transcripción (palabra)

Hombre: *La verdad no entendía muy bien que era eso de la evaluación universal, pero leí la información y me di cuenta que es para encontrar los puntos para mejorar mi clase*

Mujer 1: *Pues si me preocupaba un poquito, pero es que no entendía en sí para qué es esta evaluación*

Mujer 2: *Los maestros decían que iban a despedir a los que no pasaran, pero ni es un examen, ni van a despedir a nadie*

Mujer 3: *Va a haber unos cursos para que mejores ahí donde te hace falta*

Mujer 4: *Está muy bien, lo importante son los niños, y definitivamente los va a favorecer*

Mujer 5: *Porque la educación es la base de todo*

Voz en off: *Secretaría de Educación Pública*

Imagen y sonido

- Puesta en escena: interiores y exteriores de escuelas
- Personajes: maestros, maestras. Niños y niñas como figurantes
- Iluminación: clara a lo largo del spot
- Banda sonora: música instrumental de fondo, no se emplean efectos sonoros
- Montaje: predomina el uso de planos medios cortos

Elementos clave de la estrategia comunicativa

- El spot no cuenta con recursos lingüísticos de interés para el estudio
- El spot no cuenta con recursos audiovisuales de interés para el estudio

Referencias y apelaciones a las culturas de paz y a la cultura de violencia

- **Culturas de paz**
 - Se promueve la mejora de la calidad educativa en el país
- **Cultura de violencia**
 - No se observan

Otros comentarios y observaciones