



**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS
DE HIDALGO**

**FACULTAD DE DERECHO DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

“LAS ELECCIONES Y LA AGENDA DE LOS MEDIOS”

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN DERECHO DE LA INFORMACIÓN**

PRESENTA

PAOLA MEDINA CACHO

ASESOR

JUAN CARLOS GONZÁLEZ VIDAL

Doctor en Estudios Romances en la Universidad Paul Valéry-Montpellier III

COASESOR

RAÚL CANSECO ROJANO

Maestro en Derecho por la Universidad Autónoma de México

MORELIA, MICH. JUNIO DE 2013



Contenido

Introducción	4
Capítulo I Entre derechos y procesos electorales	14
1.1 Derecho a la información y libertad de expresión	16
1.2 El derecho a ser informado verídicamente	27
Capítulo II La Teoría <i>Agenda Setting</i>	34
2.1 La <i>Agenda Setting</i>	36
2.2 Los partidos políticos.....	42
2.3 Las elecciones y el voto	45
2.4 La importancia de la figura del político y su relación con la <i>agenda setting</i>	49
Capítulo III Publicidad y Elecciones Locales	52
3.1 El concepto de <i>Marketing</i>	55
3.2 Las encuestas electorales.....	56
3.3 La publicidad y/o propaganda electoral.....	60
3.4 El proceso comicial para elección a Gobernador del Estado de Michoacán 2011.....	65
3.5 La Voz de Michoacán y Cambio de Michoacán	77
Capítulo IV La agenda de los medios.....	82
4.1 Análisis.....	84
4.2 Registro de datos.....	90
4.3 Cambio de Michoacán.....	102
4.4 La Voz de Michoacán.....	108
Conclusiones	114
Fuentes de información	122
Anexos	130
Glosario	132
Primeras planas.....	135

Introducción

La comunicación como tal es un proceso en el que intervienen tanto emisor como receptor, cuyo papel se intercambia en el momento de que se da persona a persona la retroalimentación, sin embargo, cuando se habla de medios de comunicación masiva o colectiva es evidente la existencia de un emisor plenamente diferenciado, en que el receptor adquiere un rostro anónimo: se construye por este manojito de receptores que a diario se enfrenta con un sinnúmero de informaciones provenientes de diferentes medios ante los que tiene que hacer frente y formarse una opinión respecto a hechos denominados noticiosos.¹

La audiencia de cualquiera de los medios de comunicación colectiva que existen en el entorno, forma sus opiniones a través de lo que el medio ha establecido como lo más relevante del día, es decir, la agenda del medio viene a ser la agenda del público, tal afirmación no pudiese ser tal sin tener como antecedentes a más de cuatrocientos estudios realizados que han tenido como fin medir la influencia de hechos noticiosos en los receptores, estos estudios se engloban en las diversas modalidades que a lo largo de los años ha tenido la teoría de la *agenda setting*, cuyo objetivo se encamina a ese establecimiento de la agenda impuesto por los medios de comunicación.²

0.1 Antecedentes

En materia electoral resulta visible este continuo bombardeo de los medios (en el sentido de que se hace más constante y repetitivo en las contiendas electorales), quienes nos presentan a los personajes políticos como objetos de consumo, de tal

¹ El hecho noticioso es lo que ocurre y la noticia viene a ser la descripción del hecho noticioso. El hecho noticioso es esencialmente un cambio ocurrido que ha sido observado directa o indirectamente por un representante de un medio de comunicación y que ha sido dado a conocer. Revista Latina de Comunicación Social, 27 de mayo de 2000. *Análisis lógico de hechos noticiosos*, Dr. Raymond Colle. Pontificia Universidad Católica de Chile. [en línea] Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/126colle.html>[consultado en abril de 2013]

² Véase en McCombs, Maxwell, *Estableciendo la agenda, El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós Comunicación 170, Barcelona, 2006.

suerte los medios y el público hacen evidentes las facultades de investigar, recibir y difundir información que posee el derecho a la información. En este sentido, dar a conocer información de tipo electoral es casi siempre un arma de doble filo, ya se recordará que en el año 2006, el concepto de fraude adquirió una obligada mirada a Andrés Manuel López Obrador, quien era candidato a la presidencia pero que quedó en segundo lugar en los conteos finales; López Obrador a través de los medios logró llevar su “gobierno legítimo” a las salas de cine, además de que el propio organismo encargado de brindar seguridad en los resultados de la contienda fue fuertemente atacado, en especial su titular, Luis Carlos Ugalde, entonces presidente del IFE.³

Retomando un poco de historia, en años como 1910 y hasta llegar a 1958 aproximadamente, los ciudadanos eran realmente sometidos por los gobernantes y por miembros de los mismos partidos políticos al grado de que una persona podía ser encarcelada simplemente por ser parte de la oposición.⁴ En el citado periodo histórico existieron cuatro principales partidos políticos: El Partido Popular Socialista (PPS) fundado en 1949; el Partido Revolucionario Institucional (PRI), partido que permanecería en la escena política de 1929 a 2000; el Partido de Acción Nacional (PAN), fundado en 1939, y el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM), partido que existió de 1954 a 2000.

³ Luis Carlos Ugalde, ex presidente del IFE, quien una vez terminado su cargo decide renunciar pues no había un acuerdo entre las autoridades correspondientes para elegir a un nuevo presidente de tal institución. Sin embargo, ha declarado el mismo Ugalde que: “Mientras creen que va a ganar no reprochan nada, era una institución democrática. El conflicto se construiría en las semanas subsiguientes, pues tanto López Obrador como Felipe Calderón se proclaman ganadores tomando como referencias datos de casas encuestadoras. Como ésta varias declaraciones se convirtieron en lo que hoy es un libro que relata minuto a minuto los eventos que sucedieron en las elecciones a Presidente de la República 2006 *Así lo viví*”. [en línea] Disponible en: YouTube 12) Inédito: Luis Carlos Ugalde – @robaLCUgalde (1/3, 2/3 y 3/3) <http://www.youtube.com/watch?v=2EXjfsXGyV4>, cargado el 4 de septiembre de 2012. [Consultado: 15 agosto de 2013]

⁴ Un ejemplo lo fue el propio Francisco I. Madero, quien fuese encarcelado. Así como Arnulfo Gómez y Francisco Serrano, ambos opositores al gobierno de Álvaro Obregón y asesinados por la misma razón. Véase: Periodo Histórico 1910-1920, 1920-1938 y 1938-1958, [en línea] Disponible en <http://www.economia.unam.mx/sua/site/materia/sem5/histecmexico2/anexo3.html>. [Consultado: septiembre 212]

No era raro que cada vez que había elecciones ganara el PRI a nivel Federal,⁵ además de que tres de los cuatro partidos eran de derecha, caracterizados por siempre velar por sus intereses; pero había uno que se conformó como uno de los principales partidos que le dio quite al PRI, posicionándose políticamente por primera vez en 1947, año en que logró su primera diputación en el municipio de Quiroga, Michoacán.⁶

El PAN: “El partido de izquierda que ya está en el poder”, en voz de Muñoz Ledo (quien se presentó en el Centro Cultural Universitario en 2006, durante el congreso *Gobernabilidad y Democracia*)⁷, el PAN, esa izquierda como la nombra Muñoz Ledo que se ha paralizado frente a las múltiples demandas del pueblo y que actualmente ha devuelto el poder a nivel Federal después de doce largos años de intensa crítica mediática y social.

Hoy en día el panorama nacional es confuso y la credibilidad de los medios va a la alza con miras a volverse ya no un “cuarto poder”, sino uno de los primeros en cuestiones políticas. Después de doce años de alternancia, vuelve el PRI a la escena nacional con una aprobación mayoritaria.

¿Y el resto? Sumido en la apatía o simplemente inconforme porque no pudo votar, recuérdese que durante la jornada electoral del domingo 1° de julio de 2012 las casillas especiales sólo contaron con un número limitado de boletas. Según información del propio IFE, repartieron 750 boletas en dichas casillas especiales, la persona encargada de verificar si estaba en el sistema determinada

⁵ En efecto, pasamos, por un lado, de un país que era prácticamente monocolor y que se caracterizaba por la presencia de un partido hegemónico, a un contexto en el que una realidad política multicolor se reproduce a lo largo y ancho del territorio nacional y en todos los niveles de gobierno. En Lorenzo Córdova Vianello, *La reforma electoral y el cambio político en México*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, [en línea] Disponible en: www.juridicas.unam.mx, p. 654. [en línea] Disponible en www.juridicas.unam.mx, [consultado: enero de 2011]

⁶ Sección *Nuestro Partido*, página oficial del Partido Acción Nacional, [en línea] Disponible en <http://www.pan.org.mx/>. [consultado: 23 de marzo de 2013]

⁷ En este sentido fue cuestionado en dicho evento cuando aún estaba como Presidente de la República Vicente Fox Quesada, que independientemente de las numerosas críticas siempre se tomará como el parte aguas que le dio fin al PRI después de tanto año de gobierno, a pesar de que, como se sabe hoy día el PRI ha retomado la silla presidencial.

persona se tardaba aproximadamente un minuto, lo cual arroja un aproximado de 750 minutos y, considerando que la jornada electoral duró de 8 am a 6pm da un total de 600 boletas repartidas, entonces se considera un sobrante de 150 boletas y ¿no alcanzaron? Es indudable que en cuestiones electorales cualquier situación será controvertida.

Hay que tener en cuenta como antecedente inmediato: el hecho de que el actual Presidente de la República posicionó su imagen en los medios de comunicación mucho antes de la contienda electoral de 2012. Lo anterior recordando que desde 2005⁸ aparece ya en la escena política, en una de las televisoras de mayor audiencia como lo es Televisa, misma que copta el 72 por ciento de los hogares del país, un personaje, desconocido hasta entonces: Enrique Peña Nieto, así lo afirma Jenaro Villamil en su texto *El sexenio de Televisa*.

Lo anterior es importante mencionarlo porque nuestro Estado y la capital misma se encuentran ahora compartiendo los mismos colores que ostenta el nuevo Presidente de México, se dice fácil, pero la realidad es que llevábamos cerca de dos años en contienda sin siquiera percatarnos (2011-2012). Dilucidando el panorama es que podemos hablar sobre la agenda de los medios de comunicación y su penetración en la opinión pública.

0.2 Justificación

Dentro de la gran diversidad de medios, incluidas las nuevas tecnologías, se presenta un panorama amplio para que la sociedad elija aquel medio a través del cual se informará, sin embargo, afirma Maxwell McCombs⁹, en casi todos los temas del repertorio público, los ciudadanos se las ven con una realidad de segunda mano, que viene estructurada por las informaciones que dan los periodistas de esos hechos y situaciones.

⁸ Villamil, Jenaro, *El sexenio de Televisa. Conjeturas del poder mediático*, Grijalbo, México, 2010. p.24.

⁹ McCombs, Maxwell *Estableciendo la agenda, El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós Comunicación 170, México, 2006. p. 23.

El presente estudio se centra en la prensa local, misma que resulta ser el medio propicio para la reflexión, y además sobresaliente en asuntos políticos y un poco más libre en cuestiones de contiendas electorales, ya que la legislación se ha ocupado tanto de la radio y la televisión de si es un telepresidente¹⁰ o no, que al final de cuentas se ha ignorado en ocasiones el papel de la prensa y su verdadera trascendencia, además porque viene a ser aún hoy, un medio elitista donde si no tienes cierto nivel de lectura no te puedes informar.

Un punto importante que se trastoca en el tema de la prensa es la educación, en el texto de Maxwell McCombs cita a Samuel Popkin¹¹ y dice: “es verdad que las personas con niveles superiores de educación leen la prensa y discuten las noticias más a menudo, con su familia, los amigos y los colegas de trabajo. Pero el resultado principal de esta actividades que las personas educadas poseerán información limitada sobre una gama mayor de temas, que incluyen acontecimientos nacionales e internacionales, que quedan lejos de su experiencia cotidiana.”¹²

Debe aclararse el punto de que no necesariamente las personas con un nivel inferior de educación no posean un nivel bajo para argumentar su posición ante una noticia dada, pero como ya se dijo, aquella minoría que tiene acceso a la prensa o a otro medio escrito es una “minoría considerable y bien informada”¹³. Se vuelve al tema de la agenda mediática cuya importancia comienza a interesar en el sentido que no todos podemos tener un acercamiento de primera mano a tantos acontecimientos nacionales o internacionales, por lo cual nos vemos sometidos a adoptar una opinión al respecto a través de los medios de comunicación.

¹⁰ Término con el cual diversos medios de comunicación se han referido al entonces candidato Enrique Peña Nieto y los vínculos tan estrechos con la empresa televisiva Televisa.

¹¹ Samuel Popkin, notable político que ha desempeñado un papel importante en el desarrollo de la teoría racional selecta dentro de las ciencias políticas, quien ha escrito varios libros, en los cuales destaca su labor como encuestador con objetivos electorales.[en línea] Disponible en: <http://www.noticiasmvs.com/>[consultado: noviembre 2011]

¹² Op. cit. McCombs. p. 87

¹³ Ibidem. p. 105

0.3 Hipótesis

Nosotros elegimos el medio por el cual nos informaremos, sin embargo, debemos de aceptar que aquél al que nos inclinemos poseerá a su vez un punto de vista determinado alrededor del cual nos presentará la noticia, misma que, en ausencia de confrontación con algún otro medio, se aceptará como única realidad. Lo anterior resulta importante si se tiene en cuenta que los diarios de mayor circulación en el Estado no presentan una línea ideológica abierta que se puede inferir de acuerdo a su contenido.

Dentro del abanico de posibilidades por medio de las cuales accedemos a la información, la prensa sigue siendo el punto de partida por medio del cual los noticiarios delimitan sus agendas tanto de radio como en televisión, incluso la prensa se ha convertido en la fuente principal de instituciones gubernamentales que cuentan con área de comunicación y que a diario integran una síntesis informativa.

En el Estado son seis los diarios que configuran el abanico de posibilidades informativas: *La Voz de Michoacán*, *Provincia*, *Cambio de Michoacán*, *La Jornada*, *El Sol de Morelia* y *El ABC de Michoacán*. Se ha elegido *La Voz de Michoacán*, mismo que al ser el diario con más tiempo circulando, se considera importante el papel que posee, ya que se piensa como un medio pluralista que en los hechos evidencia una clara tendencia política. Se ha elegido también *Cambio de Michoacán*, se considera a sí mismo como un periódico diario aunque no circula los días sábados por cuestiones de venta.

En una revisión rápida de uno de los diarios a lo largo de 2011, específicamente del periódico *La Voz de Michoacán*, se encontró que las notas publicadas a inicio del año ya comenzaban a delimitar a los candidatos electos de los partidos principales: PRI, PAN y PRD. Había una especie de proselitismo velado pero que tenía un fin: el dar a conocer a la población michoacana aquellos

nombres que habrían de resultarles familiares a la hora de la contienda electoral que habría de comenzar en agosto del mismo año.¹⁴

Por tanto, se afirma que los medios impresos en Michoacán, a través de su agenda informativa influyen en la población mediante hechos considerados noticiosos que siguen una marcada línea política y con ello trastocan el derecho a la información de los receptores en el sentido de atraerse información plural.

Al elegir la teoría de la agenda de atributos que propone McCombs, se intenta describir un proceso comunicativo peculiar como el de los medios impresos dentro de un contexto plenamente identificado para saber cómo es que elaboran su agenda informativa en periodos de campaña. Así cabría preguntarnos ¿informan con la responsabilidad para cualquier tipo de público?, ¿Se elabora la agenda de los medios priorizando su línea editorial o los acontecimientos más relevantes?, ¿La información que llega a nuestras manos finalmente es veraz?

No se sugiere con lo anterior que el medio impreso mienta, sino que trabaja siguiendo ciertos lineamientos que al privilegiar cierta información y omitir otra influyen en la audiencia al momento de tomar decisiones.

0.4 Objetivos

En el desarrollo de la presente investigación se hará referencia al Código Electoral del Estado y a las cuestiones que éste prevé como violatorias con la finalidad de formar un claro contraste entre aquello que es permitido o no por la legislación local en materia electoral y aquello que realmente se realiza a través de los medios de comunicación impresos, no sin antes hacer un recorrido breve sobre el derecho a la información y la libertad de expresión.

Cabe recordar que entre los objetivos de la presente investigación se destaca: el análisis de los medios impresos elegidos (tomando en cuenta líneas

¹⁴ Hemeroteca, Ciudad Universitaria, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 10 de febrero de 2011.

ideológicas disímiles) mediante la *agenda setting*, la cual contempla la agenda de atributos en medida en la que los diarios presentan a los candidatos destacando ciertas informaciones y omitiendo otras de acuerdo a su línea editorial, lo anterior desplaza el derecho a la información del público que consume los diarios.

Es importante destacar que el presente estudio se desprende de la imperiosa necesidad de construir, de escenarios tan comunes como las elecciones, una visión crítica y activa, no solamente como receptores del bombardeo noticioso en periodos de campaña sino como agentes activos seleccionadores de noticias y consumidores de medios.

Lo anterior cobra mayor relevancia cuando pensamos que la decisión que tomamos al momento de ejercer el derecho al voto beneficia o perjudica nuestros intereses y los de nuestra comunidad. Lo que se busca es exponer es que, si bien un medio de comunicación se encuentra sujeto a una ideología, también los hechos que considera noticiosos el diario corresponden a esa ideología.

0.5 Distribución capitular

En el capítulo I se abordará la libertad de expresión y el derecho a la información como parte del Derecho de la Información haciendo un breve recorrido desde sus orígenes hasta tomar en cuenta los lineamientos internacionales de los cuales México forma parte y que protegen estos derechos considerados fundamentales.

En el capítulo II se comprenderá la teoría de la *agenda setting*, así como su origen, ya que al partir de investigaciones empíricas es como se concluye que la teoría estudia cómo los medios influyen en la audiencia mediante los temas considerados de mayor relevancia. Si bien es importante aclarar, que los medios no nos dicen qué pensar, pero sí nos dicen de qué manera debemos abordar determinados temas.

Al surgir la teoría a partir de escenarios políticos se desprende el *framing* o encuadre que se representa por medio de aquello que es destacado entre los

hechos considerados noticiosos del medio impreso. En contiendas electorales se habla de *framing* estratégico donde la información se presenta considerando ganancias o pérdidas en términos personales, donde la figura del político sobresale.

En el capítulo III se expondrá la relación de las campañas políticas y los candidatos a un cargo de elección popular con el concepto de *marketing* que parte de la interpretación común del término, así el *marketing* político se entiende como la oferta del candidato debe de estar subordinada a la demanda con el fin de posicionarse en las preferencias electorales.

Se destacará de manera importante las encuestas electorales como un tipo de sondeo de opinión cuyo propósito es la obtención de información acerca de cómo actuarán los ciudadanos el día de la elección. Lo que se desprende de este motor de monitoreo viene a ser parte de la propaganda electoral a favor de cierto candidato, ya que cualquier información puede ser manipulada si se habla de encuestas.

Se hará de igual manera un recorrido del contexto de: las elecciones a Gobernador del Estado de Michoacán, el clima de inconformidad inmediato al día de la elección, el resultado que en mucho incomodó a los contendientes que no obtuvieron mayoría en el conteo de votos. También se brindará un claro panorama de los medios impresos en la entidad y la elección de dos de: *La Voz de Michoacán* y *Cambio de Michoacán* para enseguida presentar el análisis realizado durante la campaña electoral en el Estado.

Y en el capítulo IV se presentará el análisis a los periódicos seleccionados, el encuadre al que hace referencia la teoría de McCombs para lo cual se consideró la diagramación del periódico donde se tiene como principio la jerarquización de la información. Y en los análisis se ha considerado la valoración positiva (+), negativa (-) o neutra (+-) en medida que el medio privilegie en su primera plana cierta información en los diarios *La Voz de Michoacán* y *Cambio de Michoacán*.

Capítulo I Entre derechos y procesos electorales

En el presente capítulo se abordará la libertad de expresión y el derecho a la información como parte del Derecho de la Información haciendo un breve recorrido desde sus orígenes hasta tomar en cuenta los lineamientos internacionales de los cuales México forma parte y que protegen estos derechos considerados fundamentales.

De las facultades que se desprenden del derecho a la información, tanto de investigar, recibir y difundir, se abordará el derecho que tenemos a ser informados verídicamente al considerar que la información tiene una función pública además de ser una garantía supranacional. También se destaca la información como un hecho plural con la finalidad de que el ciudadano se forme una opinión y participe libremente por lo cual se privilegia que existan versiones distintas y en ocasiones contrapuestas.

1.1 Derecho a la información y libertad de expresión.

El derecho a la información tiene sus antecedentes “en las antiguas libertades de expresión y de opinión o también llamada, libertad de pensamiento y de imprenta”¹⁵. El derecho a la información surge con la Declaración Universal de Derechos Humanos¹⁶, que en su artículo 18 establece: toda persona tiene derecho

¹⁵Pérez Pintor, Héctor, Enfoque Nacional e Internacional del Derecho a la Información en México, en Derechos Fundamentales y Estados de Excepción, Héctor Chávez Gutiérrez y Rosa María de la Torre Torres (Coord.), Colección de Estudios Jurídicos, Serie: Derechos Fundamentales, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, 2010. pp. 123-124.

¹⁶ Con la expansión del espíritu liberal llega a América la Declaración de Virginia que planteó la protección de la libertad de expresión y de imprenta, en cambio en Europa surge la Declaración del Hombre y del Ciudadano, con ambos textos se inició un fenómeno denominado como “constitucionalización de la libertad de expresión”.

Durante el siglo XIX el liberalismo fue el rasgo distintivo y hubo mayor avance sobre este proceso de difusión, surgen además las primeras leyes de prensa y, aunque apegadas a los vaivenes políticos, considerando los aspectos negativos de la libertad de prensa. Para el siglo siguiente fue un período de transformaciones sociales y políticas.

En especial las dos guerras mundiales modificaron la forma de pensamiento, ideología que partió del mundo francés, se presume que hay una vuelta al humanismo, ello relacionado con la dignidad del hombre, es así

a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión; este derecho incluye la libertad de cambiar de religión o de creencia, así como la libertad de manifestar su religión o su creencia, individual y colectivamente, tanto en público como en privado, por la enseñanza, la práctica, el culto y la observancia.¹⁷

El reconocimiento internacional de ese derecho fue reforzado por el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos que además de hacer vinculantes algunos de los postulados de la Declaración Universal de Derechos Humanos, agregó algunos matices a aquellos, en el caso particular, al reconocimiento al derecho de libertad de expresión hecho en la declaración, con las facultades y características en ella establecidas, añadió que, el ejercicio de ese derecho entraña deberes y responsabilidades especiales, por lo que puede estar sujeto a ciertas restricciones que deberán estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.¹⁸

El artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos que a la letra dice: 1. Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones; 2. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

3. El ejercicio del derecho previsto en el párrafo 2 de este artículo entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a

como surge el principal antecedente del derecho a la información, con la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Con el objeto de reforzar dicha Declaración y lograr una fuerza vinculante como garante de la aplicación de los derechos humanos, la Asamblea General aprobó en 1966 el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales, Culturales y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. El primero no impone obligaciones y el segundo reconoce la libertad de pensamiento además de enmarcar deberes y responsabilidades. Véase en *Introducción al derecho de la información*.

¹⁷ Declaración Universal de Derechos Humanos, Artículo 18, [en línea] Disponible en: <http://www.un.org/es/documents/udhr/>. [consultado: agosto 2012]

¹⁸ Pérez Pintor, Héctor, Enfoque Nacional e Internacional del Derecho a la Información en México, en Derechos Fundamentales y Estados de Excepción, Héctor Chávez Gutiérrez y Rosa María de la Torre Torres (Coord.), Colección de Estudios Jurídicos, Serie: Derechos Fundamentales, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, 2010. p. 133.

ciertas restricciones, que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para: a) Asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás; b) La protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.¹⁹

Otro de los documentos que a nivel internacional comprometen a México a regular su ordenamiento jurídico es la adhesión a la Convención Americana a través de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y la Corte Interamericana de Derechos Humanos. Dicho documento establece en su artículo 13 la libertad de pensamiento y expresión estableciendo que: 1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar: a) el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

3. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

4. Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso 2.

¹⁹ Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, [en línea] Disponible en: <http://www2.ohchr.org/spanish/law/ccpr.htm>. [consultado: noviembre de 2012]

5. Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.²⁰

En resumen, el artículo *Enfoque nacional e internacional del derecho a la información en México*, del Dr. Héctor Pérez Pintor²¹, explica que el derecho a la información es un derecho radicado en la sociabilidad natural del hombre, personal, público, político, universal, inviolable e inalienable, por lo que todo sujeto, como titular de éste, tiene derecho a: a la verdad; a que los poderes públicos informen; a que los profesionales de la información desarrollen su función de informar, investigando y difundiendo; a que la información sea completa, objetiva y auténtica, permitiendo la participación; a que el receptor, acreedor de esta información, sea tutelado; y que el derecho a ser informado se corresponde con el deber de informar .

Como lo explica José María Desantes quien asume que el derecho a la información, un derecho además humano, es ilimitable por los poderes, explica que: “libertad de pensamiento, libertad de opinión, libertad de expresión, libertad de prensa son expresiones decimonónicas que conservan aún hoy valor sobre todo, cuando han podido refundirse en la fórmula más compresiva de libertad de información.”²²

Lo anterior para lo explica Desantes para fundamentar que el derecho a la información con el artículo 19 de la Declaración de Derechos Humanos, en el que

²⁰ Departamento de Derecho Internacional, Organización de Estados Americanos, [en línea] Disponible en: http://www.oas.org/dil/esp/tratados_B-32_Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.htm, Washington D.C.[consultado: noviembre de 2012]

²¹ Véase en: Pérez Pintor, Héctor, *Enfoque Nacional e Internacional del Derecho a la Información en México*, en *Derechos Fundamentales y Estados de Excepción*, Héctor Chávez Gutiérrez y Rosa María de la Torre Torres (Coord.), Colección de Estudios Jurídicos, Serie: Derechos Fundamentales, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, 2010. pp. 131-132.

²² Desantes, José María, *¿libertad informativa o derecho de la información?*, Revista Cuenta y Razón, No. 6, Madrid, 1982, p. 104.

se puede deducir que tal derecho tiene como contrapartida el deber de informar, se entiende que no solamente la libertad de difundir es propia del derecho a la información sino que de igual manera se encuentran las facultades de investigar y de recibir información, que según el autor son parte de la gama de facultades del derecho a la información.²³

Siguiendo su visión y opinando al respecto de la libertad de expresión se encuentra también Francisco J. Laporta, citado por Miguel Carbonell, recordando un argumento de Alexander Meiklejohn, escribe que “la libertad de expresión no es una libertad más que pueda ponerse en balanza al lado de otras libertades posibles para pensarla y contrapesarla con ellas, prevaleciendo en unos casos y quedando limitada en otros. [...] No es una entre otras libertades, sino el fundamento de todo orden político”.²⁴

El derecho a la información, visto como un derecho humano y natural para investigar, difundir y recibir información se incluye en nuestra constitución “hasta 1977²⁵ [...] a partir de entonces han sido pocos los estudiosos en la materia que han retomado el tema y en algunas ocasiones ha sido ineludible remitirse a fuentes españolas”.²⁶

El primer antecedente de la libertad de expresión en México se remonta al artículo 40 del Decreto Constitucional para la Libertad de la América Mexicana, expedido en Apatzingán, el 22 de octubre de 1814, que establecía: la libertad de hablar, de discurrir y de manifestar sus opiniones por medio de la imprenta, no debe prohibirse

²³ En el mismo artículo *¿libertad informativa o derecho a la información?*, Desantes deja clara la distinción de términos cuando explica que: libertad de informar y derecho a la información no son ideas disyuntivas, sino integradas. La libertad es el modo de ejercer el derecho; y el derecho el que da su plenitud a la libertad. El derecho a la información ha de respetar los demás derechos humanos, como los demás derechos humanos han de respetar el derecho a la información. p. 108.

²⁴ Carbonell, Miguel, Ensayo “La libertad de expresión en la Constitución Mexicana”, *Derecho Comparado de la Información*, número 3, enero-junio de 2004, pp.3-59.

²⁵ Reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 6 de diciembre de 1977, en el que se establece que “el derecho a la información será garantizado por el Estado”. , [en línea] Disponible en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/dof/CPEUM_ref_086_06dic77_ima.pdf [consultado: mayo 2013]

²⁶ Palabras pronunciadas por la Maestra en Derecho de la Información Gabriela Ponce, Durante el curso propedéutico, septiembre 2010-febrero 2011, Posgrado de Derecho, programa en Derecho de la Información, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia Michoacán.

a ningún ciudadano, a menos que en sus producciones ataque el dogma, turbe la tranquilidad pública u ofenda el honor de los ciudadanos.²⁷

Bajo el entendido de que el derecho a la información y el derecho a la libertad de expresión conforman el marco referencial no solamente para los medios de comunicación, sino para todo ciudadano que quiera ejercer tal o tales derechos. En México la libertad de expresión es tutelada por el artículo 6o. de la Constitución en el que se lee:

La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Para el ejercicio del derecho de acceso a la información, la Federación, los estados y el Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias, se regirán por los siguientes principios bases:

- I. Toda la información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo federal, estatal y municipal, es pública y sólo podrá ser reservada temporalmente por razones de interés público, en los términos que fijen las leyes. En la interpretación de este derecho deberá prevalecer el principio de máxima publicidad...

Las discusiones del artículo anterior datan desde el periodo del presidente José López Portillo, quien durante su gobierno impulso de manera sobresaliente la realización de un nuevo orden de la información a nivel mundial, bajo el auspicio de diversos seminarios internacionales que abrieron caminos en la investigación de la comunicación en Latinoamérica.

López Portillo ya había pronosticado dicho ordenamiento del derecho a la información y la reforma política. Él concebía que los medios de comunicación

²⁷ Villanueva, Ernesto, *Derecho de la información*, Universidad de Guadalajara y Editorial Porrúa, México, 2006. p. 44.

colectiva debieran recobrar su carácter educativo y democrático, el cual deberá garantizar el Estado. De tal manera que las transformaciones habrían de hacerse en una ampliación del artículo 6º de la Constitución y aunque se condicionaba de alguna manera ya se podía plantear esa idea de analizar el contenido del artículo citado.²⁸

Mariana Cendejas Jáuregui²⁹ trata la libertad de información teniendo como partida a la libertad de expresión ya que, como lo explica: “la libertad de expresión y la libertad de información se encuentran íntimamente relacionadas; la libertad de información no tiene explicación sin la libertad de expresión.” Dicha autora explica este derecho de libertad de expresión como aquella facultad que nos permite comunicarnos libremente y de manera directa a través de cualquier medio de comunicación.

A pesar de esta correlación entre la libertad de expresión y la libertad de información, la autora sugiere dos definiciones, por un lado la libertad de expresión “es toda manifestación exterior hecha por sujetos de derecho, física y jurídicamente posible, por medio de la cual una o más personas llegan a conocer ideas, opiniones, conceptos y pensamientos del emisor mediante cualquier medio existente, conocido o por conocer; dicha conducta se encuentra regulada y sancionada por el orden jurídico positivo.”

Y la libertad de información se presenta como “toda actividad desarrollada por los medios de comunicación social —ya sea directamente o por medio de sus agentes— que tenga como objetivo difundir pensamientos, ideas, opiniones, informaciones de interés general, noticias, sucesos, editoriales o publicidad, en cualesquiera formas del género periodístico, mediante el uso de los instrumentos técnicos y tecnológicos de uso común —conocidos o por conocer, con los que se suelen comunicar con la opinión pública— en los momentos mismos, anterior o

²⁸ Véase: Bohmann Karin, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, Alianza Editorial, 2ª edición, México, 1994.

²⁹ Cendejas, Jáuregui, Mariana, *El derecho a la información. Delimitación conceptual*, Biblioteca Jurídica [en línea] Disponible en, <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/decoin/cont/15/art/art1.htm>. [consultado: 15 de diciembre de 2012]

posterior, de la realización del acto o del evento. Esta actividad se encuentra regulada por la Constitución y sus leyes secundarias.”³⁰

Así pues, la distinción entre libertad de expresión y derecho a la información, explica Jesús Reyes Heróles, “en nuestro días no es posible confundir la libertad de expresión con el derecho a la información, la primera implica una abstención por parte del Estado, en tanto que el segundo lleva implícita la obligación por parte del Estado y de la sociedad de desarrollar las acciones necesarias para satisfacer los requerimientos del individuo”.³¹

Realza la idea de lo que se entiende como el derecho de información es un equivalente de libertad de expresión, tanto del que produce como del que emite. Ahora bien, el artículo 6o. conforma lo que en esencia se protege o tutela en los medios de comunicación masiva y el artículo 7o. viene a refrendar ese derecho con sustento en la libertad de expresar las ideas por escrito o por cualquier otro medio, mismo que establece que: es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia, ninguna ley o autoridad pueden establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública.

De acuerdo a un análisis que hiciera Florence Toussaint³² expresa que la libertad de imprenta fue un planteamiento fundamental que guio la lucha por expresar y poner en letras de molde todo tipo de ideas, no únicamente aquellas permitidas por la Corona española o por la Iglesia, agrega que “la batalla por hacer efectiva tal libertad se recrudeció a partir de la guerra de independencia y no fue hasta avanzado el siglo XIX que se logró plasmar en leyes que le dieran un marco y protegieran a los periodistas para ejercer el oficio de informar y crear opiniones.”

³⁰ Idem.

³¹ Palabras pronunciadas por Jesús Reyes Heróles, como Secretario de Gobernación el 3 de octubre de 1978. Recuperado de Régimen Constitucional de las Libertades de Expresión e Información. en línea Disponible en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/1/137/4.pdf> consultado en octubre de 2012

³² Toussaint Alcaráz, Florece, *Periodismo siglo diez y nueve*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2006, p. 24.

Hasta este punto se ha comenzado a delinear las debidas interpretaciones a la luz del marco jurídico nacional, sin embargo, los artículos 6o. y 7o. deben de interpretarse a su vez considerándolos instrumentos internacionales de los cuales forma parte el Estado mexicano y que le obligan a adecuar sus leyes en materia de derechos humanos.

En 1998 México reconoció la competencia contenciosa de la Corte Interamericana de Derechos Humanos. Lo anteriormente expuesto es muy importante, porque los artículos 6o y 7o constitucionales de México deben ser interpretados de acuerdo con las nuevas corrientes del pensamiento de los derechos humanos contenidas en los instrumentos internacionales mencionados en la jurisprudencia que emana de ellos; son, en reiterada, parte de nuestro orden jurídico interno. El derecho a la información en nuestro país no puede ser contemplado únicamente a través de las normas expedidas por nuestro Congreso sino tiene que ser contemplado con aquellas contenidas en los instrumentos internacionales que México ha ratificado.³³

En este entendido es importante destacar que el derecho a la información ha absorbido parte de su contenido en la normativa local, la Constitución Política del Estado de Michoacán de Ocampo, contempla en su artículo 107 que:

El Congreso expedirá la Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos y las demás normas conducentes para sancionar a quienes, teniendo ese carácter, incurran en responsabilidades de conformidad con las siguientes prevenciones:

I.- Se impondrán mediante juicio político³⁴, las sanciones indicadas en el artículo 108 a los servidores públicos señalados en el mismo precepto. La Ley precisará cuándo

³³ Carpizo, Jorge y Ernesto Villanueva, Ernesto, *Derecho a la Información. Propuestas de algunos elementos para su regulación en México*. Instituto de Investigaciones Jurídicas, [en línea] disponible en: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/1/94/6.pdf>, p. 83[consultado: 5 de enero de 2013]

³⁴En el ámbito local el artículo 6o de la Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos del Estado de Michoacán refiere que el juicio político procede cuando los actos u omisiones de los servidores públicos redunden en perjuicio de los intereses públicos fundamentales o de su buen despacho. , [en línea] Disponible en: http://www.congresomich.gob.mx/Modulos/mod_Biblioteca/archivos/713_bib.pdf [consultado: mayo 2013]

A nivel federal se entiende como el procedimiento de orden constitucional que realizan las cámaras del Congreso -la Cámara de Diputados como órgano de acusación y la Cámara de Senadores como órgano de sentencia-, para hacer efectivo el principio de responsabilidad de los servidores o funcionarios públicos que la Constitución establece, y que incurrir en responsabilidad durante el ejercicio de sus cargos, con

se genere perjuicio a los intereses públicos fundamentales, cuándo al buen despacho de las funciones encargadas a los servidores públicos o cuando interfieran indebidamente a favor de partido político o candidato durante los procesos electorales, por parte de éstos, por sus actos u omisiones.

No procede el juicio político por la mera expresión de ideas. (Artículo que forma parte del título cuarto de las responsabilidades de los servidores públicos, reformado en 2006).

Sin embargo, sigue quedando en la ambigüedad hasta dónde se puede llegar con la mera expresión de las ideas, cuando en una contienda electoral no interfieran, esas ideas u opiniones, de manera indebida a favor, o bien en contra de un candidato o de todo un partido.

El artículo 97, en el capítulo relativo a la Comisión Estatal para el Acceso a la Información Pública establece: El Instituto para la Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Michoacán, es un organismo de autoridad, decisión, promoción, difusión e investigación sobre el derecho a la transparencia y acceso a la información pública. Tiene autonomía patrimonial, de operación y de gestión. (Mismo que obedece a la reforma de 2008).

Asimismo el Código Electoral del Estado de Michoacán contempla en su artículo 40 que los partidos políticos están obligados a:

XVII. Abstenerse de cualquier expresión que implique diatriba, calumnia, infamia, injuria, difamación o que denigre a los ciudadanos, a las instituciones públicas o a otros partidos y sus candidatos, particularmente durante las campañas electorales y en la propaganda política que utilice durante las mismas. Las quejas por violaciones a esta fracción serán presentadas ante la Secretaría General del Instituto, la que instruirá el procedimiento especial expedito a que se refiere el presente Código.

independencia de los juicios penales que se sigan en su contra por dicha razón. Este juicio puede comenzar durante el ejercicio de las funciones del servidor público o dentro del año posterior a la conclusión de su encargo, y deriva en una resolución administrativa y una sanción política. Definición de juicio político, [en línea] Disponible en: <http://sil.gobernacion.gob.mx/Glosario/definicionpop.php?ID=138>. [consultado: septiembre 2011]

Aquí se destaca el sentido de responsabilidad específicamente durante las campañas electorales, que los partidos políticos están obligados a cumplir, sin embargo, las diatribas, las calumnias, las injurias o las difamaciones por parte de los medios no encuentran mayor eco en la normativa local.

Siendo el artículo 46 de dicho código aún más claro en virtud de ser aún precandidatos por algún partido: *Los precandidatos no podrán realizar actividades de proselitismo o difusión de propaganda por ningún medio, antes de la fecha de inicio de las precampañas.*

En este sentido cabría señalar las actividades que Silvano Aureoles realizó a principios de 2011 como Vicecoordinador del Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática en el Senado de la República, haciendo giras por la entidad con el fin de informar a la comunidad sobre los logros como partido y su injerencia en distintas iniciativas de ley.

Y por si el artículo citado fuese poco ejemplo encontramos en el artículo 60 otro párrafo que hace hincapié en que ni personas físicas o morales pueden contratar publicidad dirigida a influir sobre las preferencias electorales de los ciudadanos:

Ninguna persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio, televisión y medios impresos dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Las infracciones a lo establecido en este párrafo serán sancionadas en los términos dispuestos en este Código.

Si ninguna persona física o moral puede contratar publicidad que tenga como fin influir en las preferencias del electorado, queda por resolver la constante publicidad de *La Voz de Michoacán* a favor del Partido Revolucionario Institucional, que a simple vista resaltó su notable preferencia en varias de sus ediciones durante el periodo de campaña electoral de 2011.

Los ejemplos anteriores corresponden a la legislación local y tienen como propósito exponer los límites que marcan la normativa en cuestión de libertad de expresión y la importancia de destacar que en periodos electorales son más susceptibles de ser trasgredidos en todo o en parte los artículos anteriores.

1.2 El derecho a ser informado verídicamente³⁵

En el recorrido que hace Mariana Cendejas Jáuregui en su artículo de derecho comparado *El derecho a la información. Delimitación conceptual*, explica el contenido que lo que engloba el concepto de libertad de expresión en el entendido de las tres facultades inherentes al derecho a la información de recibir, investigar y transmitir hechos dotados (tal como se menciona en el artículo) de trascendencia

³⁵ Se agrega en este sentido el Dictamen de las Comisiones Unidas de puntos Constitucionales; de Comunicaciones y Transportes; de Radio, Televisión y Cinematografía y de Estudios Legislativos, con la opinión de las Comisiones de Gobernación y de Justicia, respecto de la minuta con proyecto de Decreto por el que se Reforman y Adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en Materia de Telecomunicaciones. Aun restante su promulgación y su publicación, en lo concerniente a la Reforma del artículo 6º queda:

ARTÍCULO ÚNICO. Se REFORMAN el párrafo primero del artículo 6o.; el artículo 7o.; el párrafo sexto del artículo 27; el párrafo segundo del artículo 28; la fracción XVII del artículo 73; la fracción VII del artículo 78 y el párrafo sexto del artículo 94; y se ADICIONAN los párrafos segundo, tercero y cuarto, pasando el actual párrafo segundo a ser apartado A del párrafo cuarto, y un apartado B al artículo 6o.; los párrafos decimotercero al trigésimo del artículo 28, y un inciso l) a la fracción I del artículo 105, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para quedar como sigue: Artículo 6o. La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado. Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, sí como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.

El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios.

Para efectos de lo dispuesto en el presente artículo se observará lo siguiente: A. Para el ejercicio del derecho de acceso a la información, la Federación, los Estados y el Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias, se regirán por los siguientes principios y bases:

I. a VII. ...

Senado de la República, LXII Legislatura, ELUNIVERSAL.com.mx, [en línea] Disponible en: http://www.eluniversal.com.mx/graficos/pdf13/dictamen_telecomunicaciones.pdf, [consultado mayo 2013]

pública a través de los medios de comunicación social contiene características adoptadas a través de su reconocimiento internacional.³⁶

- a. La información es una función pública. Esto significa que la información deja de ser sólo un derecho público subjetivo para transformarse en un derecho-deber de los periodistas en la medida en que nadie debe informar si no es para satisfacer el derecho de los individuos a recibir información veraz, completa y objetiva. De esta manera, la concepción decimonónica de la información que oponía al ejercicio de la difusión informativa el respeto al derecho a la privacidad, la moral y la seguridad del Estado como únicos límites, se convierte ahora en un instrumento para satisfacer el derecho del público a la información.

En este punto se destaca que se concibe la información como función pública como un derecho público pero no absoluto, mismo que se encuentra ejercido por el profesional de la información que debe de proporcionar hechos verídicos, completos y objetivos que es lo que se quiere resaltar en este punto, el derecho que tanto el informador como la audiencia poseen de acceder a una noticia veraz.

- b. La información se transforma en una garantía supranacional. De esta manera, el derecho a recibir y emitir información encuentra una protección frente a los intentos estatales por suprimir o restringir indebidamente el alcance de esta libertad fundamental de todos los individuos.

Subrayada como libertad fundamental de todo ciudadano acceder a la información sin obstáculo alguno, tutelado siempre por organismos de índole internacional.

- c. La información es también un objeto plural, pues para que el ciudadano pueda formar libremente sus opiniones y participar de modo responsable en los asuntos de la vida pública, es necesario que esté dotado de versiones distintas y, en no pocas ocasiones, contrapuestas, sobre un mismo hecho de

³⁶ Cendejas, Jáuregui Mariana, *El derecho a la información. Delimitación conceptual*, Biblioteca Jurídica, [en línea] Disponible en: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/decoin/cont/15/art/art1.htm>. [consultado: 15 de diciembre de 2012]

trascendencia pública, razón por la cual la libertad de información es al mismo tiempo libertad de controversia política, cuya esencia forma parte de toda sociedad que se identifica con la democracia.

Se hace hincapié en la facultad, como sujetos universales, de atraernos todo tipo de información sobre un mismo asunto con el fin de formarnos una propia opinión sobre él. En procesos contenciosos electorales la presente característica es de especial interés como se verá más adelante, ya que es necesaria y va acorde con la agenda de los medios el difundir todo tipo de información sobre los posibles candidatos a una elección popular.

En 1996, el pleno de la Suprema Corte, al decidir sobre una investigación solicitada por el Presidente de la República en los términos del artículo 97³⁷ constitucional, estableció marginalmente que el derecho a la información resulta estrechamente vinculado con el respeto de la verdad, que ese derecho contribuirá a que la comunidad se encuentre más enterada, lo cual resulta básico para el progreso de la sociedad y se pronuncia en contra de la propensión de las autoridades a incorporar en la vida política “la cultura del engaño”.³⁸

La tesis anteriormente citada fue sobre el caso Aguas Blancas, Mariana Cendejas Jáuregui, en su artículo *El derecho a la información* destaca que lo “importante de esta resolución es que considera que el derecho a la información, reconocido en el artículo 6º. Constitucional, se encuentra vinculado con el derecho a la verdad lo cual evidencia la tesis de que éste comprende una serie de

³⁷ Artículo 97 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, párrafo segundo: La Suprema Corte de Justicia de la Nación podrá nombrar alguno o algunos de sus miembros o algún juez de distrito o magistrado del circuito, o designar uno o varios comisionados especiales, cuando así lo juzgue conveniente o lo pidiere el poder Ejecutivo Federal o alguna de las Cámaras del Congreso de la Unión, o el Gobernador de algún Estado, únicamente para que averigüe algún hecho o hechos que constituyan una grave violación de alguna garantía individual. También podrá solicitar al Congreso de la Justicia Federal, que averigüe la conducta de algún Juez o Magistrado Federal.

³⁸ Carpizo, Jorge y Ernesto Villanueva, Ernesto, *Derecho a la Información. Propuestas de algunos elementos para su regulación en México*. Instituto de Investigaciones Jurídicas, [en línea] Disponible en: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/1/94/6.pdf>, pp. 85 y 86, [consultado: 5 de enero de 2013.]

prerrogativas tanto de la colectividad como de la persona, por lo que tiene aspectos tanto de garantía social como de individual.”³⁹

Al igual que se debe considerar que el derecho a la información no es una potestad ilimitada sino que debe de regirse por la protección al derecho a la privacidad, lo cual debe de estar previsto y establecido por la ley. De tal manera se puede inferir que el derecho a la información debidamente tutelado se vincula con la información verídica a la cual todos los sujetos universales tienen derecho a acceder por medio de esta facultad que permite atraer información.

Si en la facultad de difundir información encontramos al profesional de la información, que así como se encuentra obligado a transmitir informaciones producto de una investigación verídica se puede ver y explorar la Declaración de Principios de Conducta de los Periodistas, de la Federación Internacional de Periodistas, código en vigor y que fue adoptado por el Segundo Congreso Mundial de la Federación Internacional de Periodistas en 1954 y fue reformado por el XVIII Congreso Mundial, celebrado del 2 al 6 de junio de 1986.⁴⁰

Establece que:

La siguiente declaración internacional se proclama como una guía de la conducta profesional de los periodistas comprometidos a recolectar, redactar, difundir y comentar información noticiosa.

1. El respeto a la verdad y al derecho del público a la información veraz es el primer deber de todo periodista.

2. En el cumplimiento de sus deberes, los periodistas deberán defender siempre los principios de libertad en la honesta recolección y publicación de noticias, y el derecho a externar comentarios justos y ejercer la crítica.

³⁹ Cendejas, Jáuregui Mariana, *El derecho a la información en México*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, [en línea] Disponible en: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/5/2253/10.pdf>, [consultado: 7 de enero de 2013]

⁴⁰ [en línea] Disponible en: <http://www.canalaudiovisual.com/ezine/books/sitiolegisla/codconductainternac.html>. [consultado: enero 2013]

3. Los informadores deberán elaborar sus trabajos periodísticos de acuerdo con hechos de los que conozcan su origen. No deberán suprimir información esencial o falsificar documentos.

4. Los periodistas sólo podrán utilizar métodos justos para obtener información, fotografías y documentos.

5. Los periodistas deberán hacer todo lo posible por rectificar cualquier información que se haya revelado perjudicialmente inexacta.

6. Los periodistas deberán guardar el secreto profesional en consideración a las fuentes de información, cuando las declaraciones se hayan obtenido en forma confidencial.

7. Los periodistas deberán tener cuidado del peligro de discriminación que pueden difundir los medios. Deberán evitar que se facilite semejante discriminación basada, entre otras cosas, en la raza, el sexo, en la orientación sexual, en el idioma, en la religión, en las opiniones políticas y de otro tipo y en los orígenes nacionales o sociales.

8. Los periodistas deberán considerar como una grave ofensa profesional:

El plagio.

La distorsión maliciosa.

La calumnia, la injuria, el libelo y las acusaciones infundadas.

La aceptación de sobornos en cualquier forma por publicar o suprimir información.

9. Los periodistas merecedores de ese nombre, deberán asumir como un deber el hecho de acatar fielmente los principios aquí establecidos. Al lado de las leyes generales de cada país, los periodistas sólo reconocerán en materia profesional la jurisdicción de sus colegas, y excluirán toda clase de interferencia, ya sea del gobierno o de otros.

Esta Federación Internacional de Periodistas es una confederación de sindicatos y asociaciones que tienen por objeto proteger la libertad de prensa, tiene como sede principal Bruselas, Bélgica. Tiene oficinas a nivel mundial, en América Latina son parte: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica,

República Dominicana, El Salvador, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela.⁴¹

De acuerdo al contenido del documento se puede decir que los profesionales de la información tienen un compromiso ético con el manejo de informaciones a tendiendo al público que finalmente será el consumidor de los hechos noticiosos que plasme en determinado medio de comunicación.

⁴¹ [en línea] Disponible en <http://americalatina.ijfj.org/es/pages/miembros-de-la-fip-amrica-latina>, [consultado: enero 2013]

**Capítulo II La
Teoría *Agenda
Setting***

A continuación se abordará la teoría de la *agenda setting*, así como su origen, ya que al partir de investigaciones empíricas es como se concluye que la teoría estudia cómo los medios influyen en la audiencia mediante los temas considerados de mayor relevancia. Si bien es importante aclarar, que los medios no nos dicen qué pensar, pero sí nos dicen de qué manera debemos abordar determinados temas.

Al surgir la teoría a partir de escenarios políticos se desprende el *framing* o encuadre que se representa por medio de aquello que es destacado entre los hechos considerados noticiosos del medio impreso. En contiendas electorales se habla de *framing* estratégico donde la información se presenta considerando ganancias o pérdidas en términos personales, donde la figura del político sobresale.

A lo largo del presente capítulo también se abordan temas como la figura del político y la importancia del voto como medio a través del cual la ciudadanía expresa sus preferencias el día de la elección.

2.1 La Agenda Setting

La *agenda setting* nace en Estados Unidos a principios de los años setenta, con varios trabajos de investigación centrados en estudiar la influencia de los medios sobre la opinión pública, enfocados en temas de contenido como: política, medio ambiente, criminalidad o elecciones. Algunos teóricos han considerado que no todas las personas muestran idénticos efectos de esta agenda. Aún con este antecedente, se han realizado más de 400 trabajos de investigación basados en esta teoría, en su mayoría de campo, alrededor del mundo.

La teoría de la *agenda setting* estudia cómo los medios influyen en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia, entendiéndose

que el medio es el que decide los temas y tratamiento de éstos en la opinión pública. El término agenda se comienza a utilizar en sentido metafórico de lo que son las principales noticias de los medios que pasan directamente a la agenda de la audiencia abarcando temas tanto nacionales como internacionales, dándole al público determinado enfoque o punto de vista acerca del cómo debe de ser tratado determinado hecho noticioso.

La teoría inicia con Maxwell McCombs y Don Shaw, ambos trataron de elaborar un experimento basado en periódicos reales, que presentaban la misma noticia de maneras radicalmente distintas. Una de las conclusiones a las que llegaron durante su investigación fue el hecho de que una nota podía destacarse en portada, para luego ir perdiendo importancia en las ediciones siguientes. Pudiendo también dejar de figurar en primera plana.⁴²

Después comenzaron a hacer mediciones sobre la atención y percepción del público influido por distintos medios más que nada por la advertencia de temas que figuraban con pocas variantes en los diarios, un factor que intervino para tal investigación fue que la mayoría de los temas que interesan quedan fuera de nuestra experiencia directa, como lo explica McCombs, además de contemplar en la actualidad fuentes informativas como el internet la premisa sigue siendo la misma, investigamos a fin de cuentas sobre los temas que los medios han puesto sobre la mesa.

Advierte Maxwell McCombs que más que presentarnos las noticias, los editores y directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Esta capacidad para influir en la relevancia de las cuestiones del repertorio público es lo que se ha dado por llamar la fijación de la agenda por parte de los medios informativos”.⁴³

⁴² McCombs, Maxwell, *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, (Traductor. Óscar Frontrodona), Barcelona, 2006. p. 15.

⁴³ Ibidem. p.24

Los elementos subjetivos de los diarios también influyen en que se dé o no importancia a un tema⁴⁴, el tamaño del titular muestra lo sobresaliente de alguna nota o bien, la extensión de la noticia misma nos trasmite cierto interés en el tema por la profundidad o amplitud con la que ha sido elaborada. El mismo Maxwell McCombs llega a conclusiones sobre la relevancia que le da el medio a determinado hecho, usando el recurso de la repetición que sirve para que no quede duda de que una noticia es importante y por eso su reiteración diaria.

Esta distinción entre la influencia de los medios informativos en la relevancia de los temas, por un lado, y en las opiniones concretas que se puedan tener de ellos, por otro, como lo dice Bernard Cohen, los medios informativos a lo mejor no tienen éxito a la hora de decirle a la gente qué es lo que tienen que pensar, pero sí que lo tienen, y mucho, a la hora de decirle a sus audiencias sobre qué tienen que pensar.⁴⁵

De tal manera que no es que los medios de comunicación indiquen qué tenemos que pensar, como seres reflexivos no es tan fácil que nos impongan qué debemos de hacer o pensar, pero los medios mediante su agenda noticiosa nos dicen sobre qué tenemos que pensar y sobre ese hecho reflexionar.

McCombs destaca que “[...] los temas de interés público no son los únicos objetos que se pueden analizar desde la perspectiva de la *agenda setting*. En las primarias de partido que preceden a las elecciones nacionales de Estados Unidos, los objetos de interés son los candidatos que se disputan la nominación presidencial de su partido político. En esa situación, la agenda es una agenda de candidatos, los cuales se verán destacados o relegados con una variación

⁴⁴ Se rescata una nota que CNN publicó acerca de las noticias más buscadas en México tuvieron que ver con:

1. El ahora expresidente del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Humberto Moreira.
2. Los fichajes del equipo de fútbol Real Madrid.
3. La salida de Rubén Omar Romano como director técnico del equipo de fútbol Santos.
4. El fallecimiento de Yolanda Miranda, madre de la cantante Thalía.
5. El terremoto en Japón. [en línea] Disponible en: <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/12/15/los-temas-mas-buscados-por-los-mexicanos-en-google-durante-el-2011>. [consultado: marzo 2013]

⁴⁵ McCombs, Maxwell, *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, (Traductor. Óscar Frontrudona), Barcelona, 2006. p. 26

considerable, tanto en la agenda informativa como en la pública, a lo largo de la legislatura”.⁴⁶

Lo anterior forma parte de la agenda de atributos donde se publican datos e incluso detalles de los candidatos, a pesar de que puede ser un tema recurrente y repetitivo en los diferentes medios de comunicación de que se habla, lo que diferencia en gran medida estos estudios en la manera en cómo son presentados en los medios, considerando que en la prensa no se le dedican los mismos espacios ni se destacan los mismos elementos. A lo largo de los numerosos estudios que se han realizado sobre la agenda, y atendiendo a la evolución de la misma teoría es que se puede hablar de la agenda de los candidatos en tiempos electorales.

Como lo explica McCombs “los candidatos en pugna por un cargo político son –en términos de la *agenda-setting*– una colección de objetos cuya relevancia entre el público puede verse influida por la cobertura informativa y la propaganda electoral”.⁴⁷ A través de esta aseveración es que a medida que se acumulan más pruebas, queda claro que la influencia de los medios de difusión, parafraseando a McCombs, como fijadores de la agenda de atributos se da en las elecciones en todo el mundo, siempre que el sistema político y los medios de difusión sean “razonablemente abiertos y libres. Por tanto la influencia de los medios sobre la imagen pública de los candidatos políticos es un ejemplo directo del establecimiento de la agenda de atributos”.⁴⁸

Otro factor determinante en esta agenda de atributos es el *framing* o el encuadre, de tal modo que “encuadrar es seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo, de manera que se promueva una definición del problema determinado, una

⁴⁶ Ibidem pp. 137 y 138

⁴⁷ Ibidem p. 142

⁴⁸ Ibidem pp. 144 y 158

interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito”.⁴⁹

Este termino de encuadre en el contexto del establecimiento de la agenda viene a ser el énfasis con el cual son presentados determinados atributos de un objeto, en términos electorales sería el propio candidato, el encuadre describe al objeto, pero no todos los atributos son encuadres ya que éstos examinan los patrones de énfasis y de tono en los mensajes mediáticos.⁵⁰

Los medios vistos como aparatos ideológicos de Estado se encargan, visión que complementa la teoría de la agenda, de reproducir socialmente la escenificación del poder al tiempo que representan el control como resultado de la intersección del poder. “designamos con el nombre de aparatos ideológicos de Estado cierto número de realidades que se presentan al observador inmediato bajo la forma de instituciones distintas y especializadas [...] cómo los AIE de información (prensa, radio, T.V., etcétera)”.⁵¹

La ideología, en tanto, tiene un carácter abstracto, reduccionista y deshumanizado, es un conjunto de ideas y creencias que alguien trata de imponer pero también se puede ver a la ideología como conjunto de valores, ideas y creencias a partir del cual se trata de estructurar y dar sentido al mundo en el que se vive, se entiende entonces, que la ideología debe ser compartida y convenida por la sociedad.

En resumen, los medios informativos son la principal fuente de información de las personas, sobre todo de temas que se encuentran ajenos a la experiencia inmediata, además de ello se contempla que los periodistas sólo observan una pequeña parte de situaciones y hechos que reportan como noticiosos, ya que no

⁴⁹ Definición de Robert Entman, *Framing: toward classification of a factures paradigm*, Journal of Communication, 43, 3, 1993, p. 52. Citado por Maxwell McCombs, Op. cit. p. 170.

⁵⁰ Véase en Maxwell McCombs, *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, (Traductor. Óscar Frontrudona), Barcelona, 2006.

⁵¹ Althusser, Louis, *Ideología y Aparatos Ideológicos de Estado*, [en línea] Disponible en: http://www.ucm.es/info/eurotheo/e_books/althusser/index.html, enero-abril de 1969. [consultado: 13 de agosto de 2012]

hay y quizá no pueda haber suficientes periodistas que cubran todos los aspectos de cada contexto a diario.

Aunado a lo anterior se encuentra el papel importante que juega la subjetividad en asuntos tan complejos como armar una nota informativa que procesa de la investigación del periodista, es decir, que no forme parte de comunicados de prensa emitidos por instituciones locales o nacionales, las cuales se envían a todos los medios y para presentarlas como noticias es necesario que el periodista la sintetice o la parafrasee para darle un tono de novedad.

En los medios impresos, lo que aparece en portada es, a consideración del medio, lo más sobresaliente de todo el abanico de hechos noticiosos que conforman el periódico diario, en este sentido encontramos que la subjetividad y el imitar temas sobresalientes que encuentran eco en otros medios le brinda a la noticia, un carácter de real ya que se considera que el hecho de repetirse en otros medios le aporta esa cualidad de real.

En este entendido, la información se intensifica cuando se habla procesos electorales, muchas de las veces los medios enmarcan el camino por el cual un candidato debe abordar los temas, como lo explica McCombs es más probable que el medio evidencie determinado tema para ponerlo en la agenda del público que el candidato o candidatos establezcan el tema.

Las elecciones brindan un escenario especialmente intenso para examinar tanto la influencia de las fuentes informativas sobre los medios como, a su vez, la influencia de los medios sobre el público.⁵²

Esta primera hipótesis, que el autor de la *agenda setting* ha comprobado con experimentos empíricos se relacionará con el presente proyecto escogiendo de manera aleatoria la investigación de la agenda de determinados días en *La Voz de Michoacán* y *Cambio de Michoacán*, publicados dentro del periodo de campaña

⁵² Maxwell McCombs, *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, (Traductor. Óscar Frontrudona), Barcelona, 2006. p. 212.

electoral que el Instituto Electoral de Michoacán fijo para la contienda al cargo de elección popular a Gobernador del Estado de Michoacán de Ocampo 2011.

2.2 Los partidos políticos

La existencia de los partidos políticos está asociada a la elevación de los ciudadanos al rango de actores centrales de la vida pública y a la idea de que no hay un pensamiento único o unánime, sino que existen diversas orientaciones políticas (pluralismo) que se disputan el favor de los ciudadanos a través de las lides electorales, pacíficas y reguladas. No es casual, entonces, que la noción etimológica de partido sea la de “parte” o fracción de una comunidad política.⁵³

En busca de un país equilibrado es que surgen los partidos políticos que se definen como “los conductos a través de los cuales la diversidad política se expresa, y las elecciones, el método de la democracia: fórmula a través de la cual la pluralidad política convive y compite por cargos de representación popular”.⁵⁴

Los partidos políticos poseen la capacidad de servir como mediadores entre los ciudadanos y las instituciones estatales, ante este panorama el autor Giovanni Sartori en su texto *Partidos y sistemas de partidos*, enfatiza que los partidos son órganos funcionales y que, ante todo no son facciones; los partidos tienen el carácter de ser plurales aún y funcionando como una parte del todo y como medios de representación fungen, como conductos de la expresión tanto de las mismas instituciones como de los ciudadanos en general.

Maurice Duverger, en el texto *Los partidos políticos*⁵⁵, menciona que “el desarrollo de los partidos parece ligado a la democracia, es decir, a la extensión

⁵³ Peschard, Jacqueline, Transparencia y partidos políticos, Cuadernos de transparencia 08, Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos, p. 21.

⁵⁴ Woldemberg, José, *Los partidos políticos y las elecciones de los Estados Unidos Mexicanos*, cap. I. El cambio político en México, Colección para Entender, Nostra Ediciones, México, 2006. p.12.

⁵⁵ Ibidem p. 13.

del sufragio popular y de las prerrogativas parlamentarias [...] cuando más se extiende y se multiplica el derecho al voto, más necesario se hace organizar a los elementos a través de comités capaces de dar a conocer a los candidatos y canalizar los sufragios en su dirección. El nacimiento de los partidos está ligado al de los grupos parlamentarios y los puertos legislativos”.

Ahora bien, los partidos políticos en México y de acuerdo a la a la constitución de 1917 en la cual no se consideraron disposiciones en materia de partidos políticos, pues sólo se ocupó al establecer que los puestos de gobierno y legislativos serían ocupados a través del sufragio popular y es, hasta 1977 que se incorpora al artículo 41 constitucional la noción de que los partidos políticos eran entidades de interés público sujetos a derechos, obligaciones y prerrogativas

Texto reformado:

Los partidos políticos son entidades de interés público; la ley determinará las formas específicas de su intervención en el proceso electoral.

Los partidos políticos tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración, al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo.

Los partidos políticos tendrán derecho al uso en forma permanente de los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la ley.

En los procesos electorales federales, los partidos políticos nacionales deberán contar, en forma equitativa, con un mínimo de elementos para sus actividades tendientes a la obtención del sufragio popular.

Los partidos políticos nacionales tendrán derecho a participar en las elecciones estatales y municipales.⁵⁶ Dicha reforma dotó a los partidos políticos de una nueva categoría, definiéndolos entonces como “entidades de interés público”, de tal manera que al poseer esta nueva significación también adquirieron

⁵⁶ Citado en *Los partidos políticos y las elecciones de los Estados Unidos Mexicanos*, José Woldenberg, p. 14.

derechos como el acceso a los medios de comunicación, quienes han funcionado desde entonces y ahora con mayor fuerza como los espacios a través de los cuales se apuntalan las campañas electorales.

El mismo año que se reforma el artículo 41 también se crea una nueva ley reglamentaria en materia electoral: Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE), en la que se precisaban las disposiciones en torno a los partidos políticos y asociaciones políticas. Entre sus diversos postulados se encuentran las rutas para acceder al reconocimiento legal del partido, que puede ser por el registro definitivo o por el registro condicionado.

En cuanto a la equidad de competencia el artículo 41, párrafo II, establece:

La ley garantizará que los partidos políticos nacionales cuenten de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades. Por tanto, tendrán derecho al uso en forma permanente de los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la misma, además, la ley señalará las reglas, a que se sujetará el financiamiento de los partidos políticos y sus campañas electorales, debiendo garantizar que los recursos públicos prevalezcan sobre los privados.

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) entiende que las prerrogativas de los partidos en radio y televisión son establecidas para difundir sus principios ideológicos, programas de acción y plataformas electorales. Se establece también que cada partido tendrá 15 minutos mensuales en cada uno de los medios de comunicación además podrán tener presencia en un programa especial para ser transmitido por radio o por televisión dos veces al mes, así como el hecho de que los mismos partidos pueden solicitar ser transmitidos en programas de cobertura regional.

El beneficio del internet es que la información fluye sin mediadores pues no necesita de editores o reporteros antes de que sea publicada la noticia, en la cual se tiene el proceso de la comunicación trastocado a través del internet y aún más con las redes sociales. Ante este panorama la esfera política posee la capacidad

de comunicarse directamente con sus electores pues la red les proporciona un manejo de posibilidades para llegar a sus seguidores con mensajes confeccionados de acuerdo a perfiles demográficos.

En el libro segundo del Código Electoral del Estado de Michoacán, trata sobre los partidos políticos y las agrupaciones políticas, en las disposiciones generales se señala que:

Artículo 21.- Los partidos políticos son entidades de interés público, con personalidad jurídica propia, por medio de los cuales se asocian libremente los ciudadanos para el ejercicio de sus derechos políticos.

Sin embargo, como se verá más adelante, un asunto distinto es lo que establece la ley a lo que pasa en la realidad durante los comicios electorales donde es común encontrarnos con el término “guerra sucia” para hacer referencia a hechos que ensombrecen una contienda electoral.

2.3 Las elecciones y el voto

Miguel Carbonell expresa en su artículo *La libertad de expresión en la Constitución Mexicana*, que la libertad de expresión es una de las condiciones para que exista un régimen democrático, además de la posibilidad de que las personas participen en cuestiones de índole público lo considera como uno de los bienes más preciados para una sociedad, es válido que se llame posibilidad de participación cuando se ejerce el derecho al voto en donde el ciudadano vota y participa en cuestiones de elección de sus gobernantes, lo que hay detrás de ese sufragio siempre se encontrará velado, afirma el autor.

No sabremos a ciencia cierta qué motiva a determinado ciudadano a elegir tal o cual opción, aunado a lo anterior se puede decir que, hoy sabemos que las encuestas, que se entiende deben reflejar la intención y/o preferencia de la

persona, son una fotografía del momento,⁵⁷ por tanto son 100 por ciento móviles, ejemplo de ello son las elecciones Estatales y Federales, de las que durante 2011 y 2012, hemos sido partícipes.

La libertad de expresión se considera que como todo derecho debe tener responsabilidades que atenten contra los principios establecidos por el artículo 6o. y 7o. de nuestra Constitución. Lo anterior atendiendo a que la figura de censura previa se encuentra en contra del derecho mexicano.

Sin embargo, “la prohibición de la censura previa no impide que el Estado pueda establecer un sistema de clasificación para las transmisiones de los medios de comunicación, para los espectáculos públicos o para ciertas publicaciones, tal como lo establece la Convención Americana de Derechos Humanos en su artículo 13.4 y como lo ha reconocido en una importante sentencia la Corte Interamericana de Derechos Humanos”.⁵⁸

La reforma en materia electoral de 2007⁵⁹ trajo consigo el derecho de réplica, mismo que fue adoptado por el Estado de Michoacán en 2012⁶⁰, sin

⁵⁷ Frase en voz del Maestro en Derecho de la Información, Mario Hernández Durán, durante un programa especial en CB Televisión transmitido en el contexto de la contienda electoral en Michoacán, Morelia, 2011.

⁵⁸ Carbonell, Miguel, Ensayo “La libertad de expresión en la Constitución Mexicana”, *Derecho Comparado de la Información*, UNAM, México, núm. 3. [en línea] Disponible en: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/decoinc/cont/3/art/art1.htm>. [consultado: noviembre 2012]

⁵⁹ Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de noviembre de 2007, en el que se agrega al artículo 6o Constitucional el llamado derecho de réplica que en su primer párrafo dice: “el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley” y que en términos electorales el Cofipe reconoce este derecho en su artículo 223 que a la letra señala en su fracción tercera que: “Los partidos políticos, los precandidatos y candidatos podrán ejercer el derecho de réplica que: “establece el primer párrafo del artículo 6o. de la Constitución respecto de la información que presenten los medios de comunicación, cuando consideren que la misma ha deformado hechos o situaciones referentes a sus actividades. Este derecho se ejercitará sin perjuicio de aquellos correspondientes a las responsabilidades o al daño moral que se ocasionen en términos de la ley que regule la materia de imprenta y de las disposiciones civiles y penales aplicables.” [en línea] Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cofipe.htm>, [consultado 2012]

⁶⁰ Publicada en el Diario Oficial del Estado de Michoacán de Ocampo el 5 de diciembre de 2011, que en su artículo octavo agrega que: “el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley; asimismo, el derecho a la información deberá ser garantizado por el Estado”. Y que en el nuevo Código Electoral del Estado de Michoacán (aprobado hasta 2012) en su artículo 11 queda la reforma: ARTÍCULO 11. “El derecho de réplica consiste en la implementación de medios de defensa jurídica en contra de la información falsa, injuriosa o denigrante que pueda publicar o difundir los medios de comunicación, ya sean escritos electrónicos, sobre la difusión de un contenido periodístico determinado. Este derecho se ejercitará

embargo, lo que se buscaba con el derecho de réplica, explica Carbonell, era controlar a la prensa y evitar las críticas contra los gobernantes al obligar al medio a publicar las réplicas de los afectados; y añade el mismo autor “nos guste o no los medios de comunicación se han convertido en actores políticos de gran relevancia, debido sobre todo a que nuestra comprensión de los asuntos públicos depende en alguna medida de la información que nos proporcionan”.⁶¹

En el Código Electoral de Michoacán, lo mismo que a nivel federal, a partir de la reforma de 2007 se agregaron cuestiones como las que vemos en el artículo 35 y de acuerdo con lo que los partidos políticos están obligados:

Abstenerse de cualquier expresión que implique diatriba, calumnia, infamia, injuria, difamación o que denigre a los ciudadanos, a las instituciones públicas o a otros partidos y sus candidatos, particularmente durante las campañas electorales y en la propaganda política que utilicen durante las mismas.⁶²

Lo que daría cuerpo a la reforma de 2007 a nivel federal fueron cuestiones como la libertad de expresión en beneficio para el electorado, se planteó previo a la reforma que “se contaría con medios eficientes para formar un criterio [...] ya que la libertad de expresión permite al ciudadano votante acercarse a elementos objetivos para guiar su preferencia electoral”.⁶³

En su artículo sobre *La Libertad de expresión en la Constitución Mexicana*, Miguel Carbonell se expresa sobre el término de autorrealización política lograda a través del pleno conocimiento de los actores políticos, es decir, una vez que se ha

sin perjuicio de aquellos correspondientes a las responsabilidades o al daño moral que se ocasionen en términos de la ley que regule la materia de imprenta y de las disposiciones civiles y penales aplicables. [en línea] Disponible en: http://www.iem.org.mx/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=29:marco_legal.legislacion_aplicable&Itemid=76 [consultado 2012]

⁶¹Carbonell, Miguel, Ensayo “La libertad de expresión en la Constitución Mexicana”, *Derecho Comparado de la Información*, UNAM, México, núm. 3. [en línea] Disponible en: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/decoin/cont/3/art/art1.htm>. [consultado: noviembre 2012]

⁶²Código Electoral del Estado de Michoacán, Congreso de Michoacán de Ocampo, Núm. 164, Morelia, Michoacán, última reforma diciembre de 2007.

⁶³ Op. Cit. Miguel Carbonell.

logrado un crecimiento intelectual y moral, solamente estos elementos pueden contribuir a la comprensión de los asuntos de relevancia política.

Importa señalar que “la libertad de expresión permite alimentar las campañas partidistas, confrontar las ideas de los candidatos, ejercer la crítica contra los malos funcionarios, proponer modelos más funcionales en la forma de gobierno, etcétera. La libertad de expresión es lo que permite que las posturas políticas que en algún momento son minoritarias puedan convertirse en mayoritarias, [...] Un candidato o un partido político no tiene solamente un interés general en que sus mensajes y su ideología sean conocidos, sino que depende de ello para tener éxito electoral. La conquista del voto depende, en primer lugar, de que el ciudadano sepa que un partido político existe, y luego de que conozca sus planes o propuestas.”⁶⁴

Relacionado con lo anterior se deduce que es importante la comunicación a través de los medios de cuestiones meramente electorales, sin embargo, también encontramos a la postre de lo anterior la visión de Giovanni Sartori, quien explica cómo es que los individuos pueden ser inclinados por una opción en materia contenciosa electoral por medio de los medios de comunicación, cuya influencia es evidente.

La idea de Giovanni Sartori se vincula con la agenda de los medios, pero una agenda fabricada en el entendido de que la información se puede manipular, también la imagen se puede fabricar por parte de los medios de comunicación, Sartori dice que al perder la capacidad de abstracción perdemos también la capacidad de distinguir entre lo verdadero y lo falso. Por tanto, en periodos electorales la incidencia de la opinión pública en el ámbito electoral es evidente, pues los diarios televisivos poseen el suficiente poder para dirigir la atención del público.⁶⁵

⁶⁴ Idem.

⁶⁵ Véase en Giovanni Sartori, *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Punto de Lectura, México, 2006.

Es así que los electores se convierten en tele-guiados y los políticos se convierten en servidores de los medios ya que se ocupan de asuntos que a los mismos medios les interesan, por tanto, la televisión empobrece drásticamente la información y la formación del ciudadano que en momentos electorales persigue siempre la obtención de su propio interés, lejos de abogar por un bienestar común.

Y es como el *homo videns*, influenciado por los medios de comunicación percibe una realidad aparente y prefiere la cantidad de información que la calidad en ella, se afirma de igual manera que el desinterés que presenta el individuo ante los comicios electorales es promovido de alguna manera por las nuevas tecnologías, que ya no lo son tanto, que a fin de cuentas también persiguen su propio interés al beneficiar a un partido político, como sucede en México.

Es indispensable concebir todas las visiones que pueden establecerse en materia electoral, si bien puede verse un aparente abuso de parte de los medios de comunicación⁶⁶ también existen leyes que, desde 2006 reglamentan la compra-venta de espacios en cualquier medio durante periodos comiciales, a pesar de que son varias las investigaciones en materia de la influencia de los medios de comunicación audiovisuales, es a partir de la prensa escrita que se comienza a hablar de incidencias persuasivas del medio hacia el electorado.

2.4 La importancia de la figura del político y su relación con la *agenda setting*

Las campañas electorales si bien son un momento histórico para cada entidad que las vive, los ciudadanos pueden reflejar, al final de ésta, la decisión considerada como la mejor por determinado político o candidato a un puesto de elección

⁶⁶ Aspecto que colocó de relieve Andrés Manuel López Obrador, candidato a las presidencia de la República en 2006 y 2012, en ambas se presentó como el opositor que no reconoce el poder y establece un gobierno legítimo, además de haber hecho numerosas declaraciones en las cuales aseveraba que el actual presidente de la República había sido configurado desde hace varios años por la empresa Televisa.

popular, evidente es la presencia en los comicios de este personaje político, del cual se debe destacar su figura como político, como ideal que Max Weber (señala en su texto *El político y el científico*) posee tres cualidades que debe poseer un político: pasión, sentido de la responsabilidad y sentido de las proporciones, es decir, el hecho de guardar distancias entre las cosas y los hombres. Por ello y por lo difícil que resulta guardar estas proporciones, el político debe vencer a diario a un enemigo que el autor define como vanidad.⁶⁷

Max Weber menciona que sólo existen dos pecados mortales en la política: la falta de objetividad y la irresponsabilidad, así como la necesidad de una ética en la actividad política. Pero claro, lo anterior se advierte como un ideal y no como una realidad o algo a lo que los políticos estén obligados.

Se puede entender que Max Weber se encontraba plenamente convencido de que las riendas de un Estado debían estar y permanecer en manos de personas con el conocimiento suficiente y la inteligencia adecuada para guiar a todo un país.

La visión de Weber es importante porque conforma una utopía difícil de hacer realidad pero que en tiempos de campaña todos se asumen como políticos forjados desde los más profundos ideales que cada partido tiene y debe delinear como tal, empeñados en hacer un bien a la sociedad, convencidos de su compromiso con la juventud, revelada ya y lo que es más importante, organizada.

Los medios de comunicación en nuestra sociedad cumplen un rol importante en cuanto a la política se refiere, construyen un mundo de posibilidades y promesas que se repiten en cada contienda, “Los medios, como controladores o simplificadores de la democracia. La imagen desplaza al discurso. La consecuencia de estos cambios en la conceptualización misma de la política, todavía están por conocerse con precisión. Delante de la evidente influencia de los medios es fácil sucumbir a la tentación de suponer que la otra política, la de los

⁶⁷Véase en Max Weber, *El Político y el Científico*, Editorial Alianza, Madrid, 1997.

argumentos y las propuestas, la de las adhesiones forjadas con razonamientos y explicaciones, ha quedado desplazada”.⁶⁸

Aunque como explica Miguel Carbonell⁶⁹, los medios no deben sustituir nunca a la presencia de los candidatos en campaña electoral, pues si así se hiciera los veríamos como entidades lejanas del quehacer social. Esa cercanía con el público es necesaria para que la sociedad logre establecer un vínculo más o menos estrecho con quienes a fin de cuentas nos representan.

Importante es tanto lo que se pública como lo que se omite pues el hecho de que se omita determinada información no equivale a que no exista, sino que simplemente se vuelven hechos, que a decir de los medios no necesitan ser atendidos con prioridad. El tema de la seguridad se hizo presente durante todo el proceso electoral de 2011, finalmente las elecciones se realizaron con tranquilidad y se dio *saldo blanco* durante el día de la elección.

Lo anterior como simple ejemplo a lo que posteriormente será abordado con mayor amplitud. Hasta aquí se ha hablado de la importancia del voto del electorado como factor preponderante en medio de la contienda electoral, la figura que se vende a través de un político que posee todos los ideales que se persiguen de su figura refuerzan la idea de que en medio de los procesos comiciales la el político es un objeto de consumo como se explicará más adelante.

⁶⁸ Trejo, Delabre Raúl, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, ediciones cal y arena, México, 2001. p. 138.

⁶⁹ Carbonell, Miguel, Ensayo “La libertad de expresión en la Constitución Mexicana”, *Derecho Comparado de la Información*, UNAM, México, núm. 3. [en línea] Disponible en: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/decoin/cont/3/art/art1.htm>. [consultado: noviembre 2012]

Capítulo III

Publicidad y

Elecciones Locales

A continuación se expone la relación de las campañas políticas y los candidatos a un cargo de elección popular con el concepto de *marketing* que parte de la interpretación común del término, así el *marketing* político se entiende como la oferta del candidato debe de estar subordinada a la demanda con el fin de posicionarse en las preferencias electorales.

Se destacará de manera importante las encuestas electorales como un tipo de sondeo de opinión cuyo propósito es la obtención de información acerca de cómo actuarán los ciudadanos el día de la elección. Lo que se desprende de este motor de monitoreo viene a ser parte de la propaganda electoral a favor de cierto candidato, ya que cualquier información puede ser manipulada si se habla de encuestas.

Además cabría resaltar que las encuestas son una fotografía del momento que supone que el día de la elección es hoy, sin embargo hay factores internos y externos que hacen del voto de los ciudadanos algo no definitivo considerando el porcentaje de personas que prefieren reservar para sí su inclinación partidista.

Es así como se hace un recorrido del contexto de: las elecciones a Gobernador del Estado de Michoacán, el clima de inconformidad inmediato al día de la elección, el resultado que en mucho incomodó a los contendientes que no obtuvieron mayoría en el conteo de votos.

El presente capítulo también brinda un claro panorama de los medios impresos en la entidad y la elección de dos de: *La Voz de Michoacán* y *Cambio de Michoacán* para enseguida presentar el análisis realizado durante la campaña electoral en el Estado.

3.1 El concepto de *Marketing*

Las campañas electorales entremezclan métodos tradicionales y modernos: coexiste el contacto directo de los candidatos con los ciudadanos y los electores mientras otra campaña se difunde en los medios. Al aumentar la cantidad de áreas de actividad se incrementan los responsables, los especialistas en las diversas formas de cada paso de la campaña y los vacíos legales para su desarrollo. Es claro que en nuestra realidad el contacto personal con los ciudadanos no se sustituye con una estrategia de medios, sin embargo, estas campañas combinadas requieren todavía de un mayor número de asesores altamente especializados en estrategias de comunicación, realización de materiales y en activismo político.

Los medios de comunicación en tiempos electorales presentan a los candidatos que se postulan a elecciones populares como objeto de consumo mediante la difusión de su persona como de las ideas que plantea mediante su agenda política. Un periodo en el que prevalecen las aparentes convicciones de aquello que, de llegar al poder, se cumplirá a una población ávida de resolver problemas y preocupaciones latentes tanto personales como colectivas.

Desde una perspectiva teórica, cuando hablamos de marketing en general nos estamos refiriendo a una concepción de la actividad económica que parte de la elección de los deseos de los potenciales consumidores para establecer la producción y comercialización de los productos. Lo que se conoce como “concepto *marketing*” parte del análisis de las necesidades detectadas y estructura consecuentemente la respuesta. El *marketing* político contempla la incorporación de ese concepto a la actividad política. Lo que lleva a identificar al electorado con el mercado y al candidato, con su programa, con el producto.⁷⁰

⁷⁰ Muñoz Alonso, Alejandro y Juan Ignacio Rospir, (editores), *Democracia Mediática y Campañas Electorales*, Ariel Comunicación, España, 1999. p. 91

Más adelante afirma Pedro Gómez Fernández⁷¹ que es “importante recalcar que el *marketing* político parte de la interpretación de los fenómenos de comunicación y de reclutamiento político en términos de mercado, aceptando el dogma del *marketing* comercial: la oferta debe de estar subordinada a la demanda, que es el principio del *marketing* de posicionamiento. En el *marketing* político los gobernantes, los partidos políticos y los candidatos se equiparan a empresarios con capitales políticos que quieren conquistar clientelas electorales. Para ello proponen programas, hombres o ideas que responden a la demanda. Adaptan su producto al mercado.”

Esta concepción política ha hecho que se incorporen en las campañas políticas, opinión de Gómez Fernández basado en un texto de Agranoff⁷², cuestiones como la utilización de técnicos en medios de comunicación, estrategias de publicidad más eficaces y la necesaria movilización de medios financieros cada vez más importantes.⁷³

3.2 Las encuestas electorales.

La evolución de las telecomunicaciones a partir de los años sesenta tuvo fuerte impacto sobre las actividades electorales de los partidos, porque las formas tradicionales de hacer campaña a través de mítines, concentraciones, reuniones cara a cara, fueron gradualmente desplazadas por la exposición mediática de los candidatos porque ofrecía una cobertura masiva para sus mensajes.

El impacto de los medios de comunicación en la política ha sido enorme, al punto de que hoy en día no resulta exagerada la afirmación de que no hay candidato sin exposición constante en los medios. La dependencia de los partidos respecto a los medios ha facilitado la formación de electorados volátiles y ello ha

⁷¹ Ibidem. p.92

⁷² R. Agranoff, *The New Style in Election Campaigns*, Boston, 1972.

⁷³ Idem. Op. cit. *Democracia Mediática y Campañas Electorales*.

obligado a los partidos a recurrir al levantamiento constante de encuestas para medir la evolución de su respaldo o popularidad. En realidad las encuestas, sobre las tendencias del voto se han convertido en parte integral de las campañas electorales porque les sirven a los partidos para orientar sus estrategias de lucha.

Algunas estrategias que se consideran en los procesos comiciales son las “encuestas electorales” constituyen un tipo de sondeo de opinión que pretende obtener información sobre cómo actuarán los ciudadanos en el momento de emitir su voto en una elección política de cualquier tipo.

La encuesta sólo refleja el sentir de las personas en el momento en que son entrevistadas. En realidad, responden a la pregunta, ¿a qué candidato votaría usted si las elecciones fueran hoy? Es indudable que cualquier persona puede contestar esa pregunta. En cambio, difícilmente podrían decir a quién votarían el día de la elección que habría de realizarse mucho tiempo después.

Es básico tener en cuenta este elemento cuando se comparan los datos de una encuesta con los resultados de las elecciones. Cuanto más cercano al momento de la elección haya sido hecho el levantamiento de la encuesta, más probable será que ambos resultados coincidan.⁷⁴

Las encuestas nacen durante las elecciones presidenciales de 1936 en Estados Unidos cuando “G. Gallup y sus colaboradores acertaron en el resultado de aquellas elecciones con un margen de error de siete puntos y se aceptó la validez del método de encuestas representativas frente a los errores e insuficiencias de los viejos *votos de paja*⁷⁵ nacidos en 1824”.

Esta técnica se usa con frecuencia en las campañas electorales con una serie de fines. Quienes no han estudiado estas disciplinas cuestionan la validez de esos datos argumentando que lo que dicen unos pocos cientos de personas no permite

⁷⁴ Diccionario Electoral, concepto de *Encuesta*, Editorial E.L. Instituto Interamericano de los Derechos Humanos, Costa Rica.

⁷⁵ Nacidos en 1824. Esta modalidad consistía en pedir a la población –lectores de revista y periódicos fundamentalmente- que rellenasen un cupón con sus preferencias y lo enviaran a las redacciones de los periódicos. Disponible en: Artículo de Juan Ignacio Rospir, Muñoz Alonso, Alejandro y Juan Ignacio Rospir, (editores), *Democracia Mediática y Campañas Electorales*, Ariel Comunicación, España, 1999. p.67.

saber lo que opinan cientos de miles de ellas y elucubran acerca del tamaño de la muestra, su confiabilidad y otra serie de temas. Normalmente imaginan que los procedimientos que deben conducir a la elaboración de una muestra son casi mágicos.

La verdad es que tendríamos una muestra perfecta si lográramos hacer un sorteo en el que todos los electores de un país tuviesen exactamente la misma posibilidad de ser entrevistados. La mejor muestra sería fruto del azar más completo.

Las encuestas electorales están en el ojo de la polémica electoral contemporánea. Desde tiempos inmemoriales los seres humanos tenemos temores y actitudes mágicas frente a los instrumentos que parecen predecir el futuro. Esta tensión instintiva sumada a las pasiones de la lucha por el poder, forman una mezcla explosiva que detona en cada campaña electoral.

Las encuestas son conocidas por el escándalo que produce en las campañas la publicación de la simulación electoral, que es una pregunta del formulario que averigua cómo votarían los ciudadanos si las elecciones fueran el día en que se realiza la encuesta. Los candidatos se obsesionan por esa pregunta. Los porcentajes producen polémicas estridentes. Unos dicen que según «sus» encuestas ganan, otros que las encuestas publicadas son falsas, otros que no creen en las encuestas.⁷⁶

En su investigación, José Ignacio Rospir afirma que a la vez que nacían las encuestas electorales se despertaba en la prensa las noticias de opinión, “modalidad informativa desconocida hasta entonces y que permitió a la prensa la práctica periodística de adelantar a los ciudadanos y a los políticos comportamientos colectivos –electorales en este caso- con días o semanas de antelación [...] la prensa y las encuestas entran, por tanto, en la discusión ideológica iniciada en el periodo de entreguerras acerca de las formas y el grado de participación de los ciudadanos en los asuntos públicos. Es en este clima donde las encuestas políticas y el uso que de ellas inicia la prensa encuentran el

⁷⁶ Definición de *Encuesta electoral*, Diccionario Electoral, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, pp. 347-348. [en línea] Disponible en: http://www.buap.mx/portal_pprd/wb/fdcs/diccionario_electoral_completo, [consultado mayo 2013]

hábitat ideal que explica parte de su éxito y parte también de su controversia en el mundo político y académico actual.”

Agrega José Ignacio Rospir que las encuestas están coadyuvando a un cambio de la naturaleza y percepción pública de las campañas electorales. Las denuncias de este proceso se señalan en los nuevos comportamientos y desplazamientos que los ciudadanos, los medios de comunicación y los partidos políticos y candidatos están realizando. Resultados de encuestas y opinión pública se han vuelto expresiones intercambiables para los ciudadanos de todos los países. La discusión pública se considera hoy más inhibida que promovida como consecuencia del despliegue tipográfico y la infografía con que se publican las encuestas.

La organización de la discusión –porcentual y gráfica- elaborada por empresas y medios de comunicación es más un área de competencia e imaginación profesión que un referente para la discusión. Las encuestas ofrecen una ilusión de participación de los ciudadanos, de poder hablar y opinar libremente, como nunca se había conocido.”⁷⁷

La campaña del partido se dirige a sus funcionarios y colaboradores principales, a los miembros y ayudantes en las elecciones, así como a seguidores con fuerte vinculación al partido, en especial a los fieles electores por convicción. El objetivo de las acciones de la campaña es motivar y movilizar a estas personas. Se tienen que identificar con el programa electoral del partido y con sus políticos y tienen que transmitir su convencimiento a su entorno social, a parientes, amigos y compañeros de trabajo.⁷⁸

La campaña política se desarrolla en las informaciones de los medios de comunicación. Se trata de la representación e interpretación de la actividad política en la prensa, la radio y la televisión. Para el lector se presenta como actuación

⁷⁷Rospir, Juan Ignacio, “La globalización de las campañas electorales”, en Muñoz Alonso, Alejandro y Juan Ignacio Rospir, (editores), *Democracia Mediática y Campañas Electorales*, Ariel Comunicación, España, 1999. p. 70

⁷⁸Schulz, Winfried, “Campañas Electorales en el Entorno Multimedia: evoluciones en Alemania”. Juan Ignacio Rospir, en Muñoz Alonso, Alejandro y Juan Ignacio Rospir, (editores), *Democracia Mediática y Campañas Electorales*, Ariel Comunicación, España. p. 136

política de rutina, sobre la que informan los medios de comunicación de masas en ejercicio de su obligación de cronistas. Y esta campaña tiene tanto más éxito cuanto menos de le aparezca al observador imparcial como tal campaña electoral.⁷⁹

Lo que los ciudadanos ven como reflejo de los acontecimientos actuales es, desde la perspectiva de los políticos, el resultado de un esfuerzo encaminado al objetivo de captar la atención pública. Su esfuerzo está dirigido a obtener, mediante la actuación política mediatizada y los seudoconocimientos escenificados con habilidad, la mayor y más positiva cantidad posible de resonancia en los medios de comunicación.⁸⁰

3.3 La publicidad y/o propaganda electoral

La propaganda es la herramienta social mediante la cual un candidato da a conocer sus propuestas, en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en su Artículo 37-Gestablece que se considera propaganda de precampaña electoral el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones, que durante la precampaña, producen y difunden los aspirantes a candidatos y sus simpatizantes con el propósito de promover su pretensión de ser nominados como candidatos a un cargo de elección popular.

No se podrá contratar propaganda en radio y televisión para las precampañas. Y en los actos y propaganda de precampaña, se deberá precisar e identificar que se trata de un proceso de selección de candidatos y se dirigirá exclusivamente al cuerpo electoral que participará en la selección.

⁷⁹ Ibidem. p. 141

⁸⁰ Idem.

En el sentido anteriormente mencionado, la propaganda no difiere en esencia de la publicidad, concepto éste último que supone dar a conocer algo, publicarlo, una forma de propagarlo con la finalidad de estimular la demanda de bienes y servicios. Este concepto persigue promover una conducta en un sentido determinado. La propaganda electoral no es otra cosa que publicidad política, que inspirada en el sistema norteamericano, tiende a extenderse a la mayor parte de las naciones capitalistas y aunque el producto que se busca vender no es otra cosa que un candidato, un programa o unas ideas, las técnicas utilizadas son las mismas de las ventas de mercancías, en las cuales se utilizan “slogan” de fuerte impacto emocional, que en nada difieren de la promoción de un cosmético o bebida.⁸¹

En Michoacán el Código Electoral del Estado, en su título tercero bis que se relaciona con los procesos de selección de candidatos, establece el artículo 37-G, establece a la letra que: “se considera propaganda de precampaña electoral el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la precampaña, producen y difunden los aspirantes a candidatos y sus simpatizantes con el propósito de promover su pretensión de ser nominados a un cargo de elección popular.”

Agrega que “no se podrá contratar propaganda en radio y televisión para las precampañas. En los actos y propaganda de precampaña, se deberá precisar e identificar que se trata de un proceso de selección de candidatos y se dirigirá exclusivamente al cuerpo electoral que participará en la selección.”⁸²

En este entendido es que se enmarca el concepto de propaganda aplicado a las contiendas electorales, donde el candidato a elección popular cuenta con un slogan que sintetiza la principal característica de sus acciones futuras o simplemente, el cómo desea que sea recordado, a pesar de que en múltiples

⁸¹ Definición de Propaganda Electoral, [en línea] Disponible en: http://www.iidh.ed.cr/comunidades/redelectoral/docs/red_diccionario/propaganda%20electoral.htm, [consultado: 20 de diciembre de 2012]

⁸² Última reforma publicada en el Periódico Oficial del Estado el 28 de diciembre de 2007, Código Electoral del Estado de Michoacán, p. 16. [en línea] Disponible en: <http://docs.mexico.justia.com.s3.amazonaws.com/estatales/michoacan/codigo-electoral-del-estado-de-michoacan.pdf>[consultado: septiembre de 2012]

ocasiones ha sido utilizado en contra cuando éste llega al poder y no cumple con sus promesas de campaña.

Cabe recordar que:

Las elecciones y las campañas electorales tienen la función de crear la legitimación para el poder político y el apoyo para el sistema político por parte de los ciudadanos. Para los electores, la campaña electoral es una base de información y una ayuda en la toma de decisión. Les muestra las alternativas políticas, los programas y los candidatos entre los que pueden elegir. Desde la perspectiva de un partido político se trata de ganar votos y conseguir el poder. La campaña electoral sirve para convencer a los electores de que son los que están en mejores condiciones de asumir el gobierno y de solucionar los problemas políticos pendientes.

Esta es una descripción idealizada, tal y como se encuentra en los manuales para la formación política. La realidad de las modernas campañas políticas se diferencia de ello en algún que otro aspecto.

Así, uno de los objetivos prioritarios de una campaña electoral de los partidos es, en primer lugar, conseguir la atención pública, así como activar a seguidores y simpatizantes. Tienen que encontrar resonancia positiva sobre todo en los medios de comunicación, para llegar y convencer a los electores potenciales. Y al hacerlo, compiten con otros acontecimientos importantes y sensacionales por las limitadas capacidades de publicación de los medios de comunicación y la limitada atención del público.⁸³

Este tipo de ejercicios se realizan durante la campaña electoral en la que se realizan diversas actividades lícitas llevadas a cabo por los partidos, alianzas de partidos y agrupaciones de electores con el propósito de hacer conocer y explicar sus principios ideológicos y programas de gobierno así como promover los candidatos que han postulado para los distintos cargos colectivos con la finalidad de captar las preferencias de los electores.

⁸³ Schulz, Winfried, "Campañas Electorales en el Entorno Multimedia: evoluciones en Alemania". Juan Ignacio Rospir, en Muñoz Alonso, Alejandro y Juan Ignacio Rospir, (editores), *Democracia Mediática y Campañas Electorales*, Ariel Comunicación, España, 1999. p. 145.

No hay elección sin candidatura. La candidatura posibilita al elector optar, elegir. Es condición para que se realice la elección. La candidatura electoral es la oferta política sobre la cual se pronuncian los electores.⁸⁴

Considerando este último punto se puede entender que el candidato es el objeto que se oferta por medio de una debida y bien trabajada propaganda electoral durante los procesos comiciales para lograr el triunfo del partido al cual pertenece determinado candidato a elección popular.

Los slogans para la campaña electoral del Estado de Michoacán de Ocampo, para cada una de las coaliciones quedaría de la siguiente manera registrados ante el Instituto Electoral de Michoacán: Coaliciones PAN y Nueva Alianza convenio de coalición denominado ¡Por ti, por Michoacán!; los partidos PRI y PVEM la coalición se denominó EN MICHOACÁN LA UNIDAD ES NUESTRA FUERZA, finalmente el PRD y el PT solicitaron el convenio de coalición denominado MICHOACÁN NOS UNE.⁸⁵

Dentro del término legal, el Consejo General recibió las tres solicitudes de registro de los respectivos Convenios de Coalición presentados por los partidos políticos, mismos que fueron aprobados en Sesión Extraordinaria de fecha 11 de agosto de 2011.



Así como lo enmarca el artículo de la COFIPE anteriormente mencionado y que hace alusión al concepto de propaganda electoral, nunca se dejará de lado, en una contienda, la participación directa con el electorado, ya que conforma una parte central de las metas y propósitos del candidato. Aún no ha habido candidato alguno que deje en segunda instancia el contacto directo, si bien ahora se valen de recursos cada vez más novedosos en materia de nuevas tecnologías, pero

⁸⁴ Diccionario Electoral, concepto de *Propaganda electoral*, Editorial E.L. Instituto Interamericano de los Derechos Humanos, Costa Rica.

⁸⁵ Memoria del Proceso Electoral Ordinario 2011 y Proceso electoral Extraordinario del Ayuntamiento del Municipio de Morelia 2012, Tomo I, IEM, p. 162. [en línea] Disponible en: http://www.iem.org.mx/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=129:registro-de-candidatos&Itemid=76[consultado: febrero 2013]

siguen haciendo mítines en donde el candidato busca siempre empanizar con la gente que le sigue.

Dirigida a las masas, la propaganda política intenta ejercer su influjo con efectos emotivos y no con razones. Exagerando las cualidades y escondiendo defectos de los candidatos, como en los productos, la propaganda política, elaborada por especialistas calificados y asesores extranjeros, pretende interpretar y responder a las encuestas, estudiar diversos aspectos del comportamiento electoral, para ofrecerle al pueblo lo que éste desea oír. 'Aquel que unte el pastel político con la más rica miel, es el que cazará más moscas', o, parafraseando la ley Lado Sir Harold Mackinder *el que domina los medios de comunicación de masas, domina el proceso político.*⁸⁶

La propaganda electoral establece al igual que los mensajes que se emiten en el curso de las precampañas y campañas electorales difundidos por los partidos políticos se ajustarán a lo dispuesto en el primer párrafo del artículo 6o. de la Constitución Mexicana (Artículo 233 del COFIPE). Los mensajes como punto central, e interpretados conforme lo establece la Constitución Vigente, los mensajes sobre los candidatos que establece la agenda de atributos de la teoría sobre la *agenda-setting*, panorama que se permite dilucidar que los tres aspectos se unen en las facultades del derecho a la información tanto de emitir, recibir y difundir informaciones de interés para la opinión pública en un clima comicial.

⁸⁶ Diccionario Electoral, concepto de *Propaganda Electoral*, Editorial E.L. Instituto Interamericano de los Derechos Humanos, Costa Rica.

3.4 El proceso comicial para elección a Gobernador del Estado de Michoacán 2011

Desde finales de 2010 se comienza a hablar en diferentes medios sobre el año 2011, planteado como un año en el cual se podrá observar escenario en el que los tres partidos políticos más importantes contiendan por 6 gubernaturas, renovación de 4 congresos locales y 4 elecciones de ayuntamientos. Las gubernaturas en disputa son: Baja California Sur, Coahuila, Estado de México, Guerrero, Michoacán y Nayarit.

En Baja California Sur, Michoacán y Nayarit se elegirán los congresos locales y ayuntamientos, mientras que en Coahuila se renovarán también las alcaldías. Además de la elección de autoridades en 84 municipios en Hidalgo.

Previo al periodo de campaña electoral en el Estado de Michoacán, la entidad ya se encontraba, desde inicios del año trabajando sobre los lineamientos que habrían de seguir en un marco de legalidad toda la contienda electoral de noviembre de 2011.

Destaca, que el 4 de abril, se publicó en La Voz de Michoacán, la implementación de un monitor de medios, la idea fue del IFE, mismo que monitoreó 77 medios electrónicos de comunicación vistos o escuchados en Michoacán. La vigilancia virtual cubrió las 24 horas del día con la finalidad de no hubiera compra de spots propagandísticos con fines electorales.

El monitor estuvo encargado de guardar las grabaciones para cualquier eventual investigación, a petición del agraviado, que entre otras cosas podría argumentar su derecho a la vida privada, a la honra o la reputación. Sin embargo la prensa escrita y el internet estuvieron al margen de ese monitoreo electoral por parte del Instituto Federal Electoral.

En la misma nota del 4 de abril de 2011 se destaca que el IEM es quien se encargó de repartir los anuncios gratuitos, todos los aspirantes a cargos de elección popular en Michoacán “tendrán estrictamente prohibido comprar propaganda electoral en los medios electrónicos de comunicación. La presidenta del Instituto Electoral de Michoacán, aseguró que en este año electoral, todos los partidos políticos gozarán gratuitamente de 3,600 spots en estaciones de radio y canales de televisión, en todos aquellos medios que transmiten en Michoacán.”⁸⁷

Agregó en la nota María de los Ángeles Llanderal Zaragoza que los spots gratis forman parte de los tiempos oficiales del Estado que se reparten con equidad para que los partidos y los candidatos difundan los mensajes y hagan proselitismo. Durante las precampañas electorales los partidos contarán con 12 minutos diarios en conjunto; durante las campañas, tendrán 18 minutos diarios. Los tiempos de transmisión se asignarán mediante un sorteo. El IFE será el encargado de dar seguimiento y trámite al acceso a radio y televisión, tanto de los partidos como del propio IEM.

Con lo previsto en el calendario electoral publicado por el IEM se estableció que: en mayo dio inicio el proceso electoral ordinario, el propio IEM determinó los topes de gastos para la campaña, al igual que el propio organismo estableció horarios y tarifas de publicidad en los medios de comunicación.

También en mayo dio inicio el periodo para solicitar la acreditación como observadores electorales el día de la votación. En junio de 2011 se realizó la instalación del Tribunal Electoral del Estado de Michoacán, organismo que se encarga de resolver las controversias que se originen con la elección a Gobernador.

En el mismo mes de junio se dio el arranque de la fase de precampañas electorales en la entidad. En julio se estableció fecha límite para presentar convenios de coalición de partidos políticos para la elección a gobernador,

⁸⁷ Diario local, *La Voz de Michoacán*, nota sobre el monitoreo a medios con fecha 4 de abril de 2011.

alcaldes y diputados. Ya en agosto se recibieron los registros para candidatos a elección popular. También en el mismo mes de agosto se estableció como fecha límite para que abandonaran sus cargos quienes presentaron su interés a ser candidatos.

A finales del mes de agosto se inició propiamente la campaña electoral para gobernador de la entidad y comenzó la prohibición de difusión de obra pública del gobierno salvo para las tareas de seguridad pública y emergencia civil. Lo anterior teniendo presente que quien ostentara el poder municipal de Morelia pretendía (en ese momento) ser candidato a la gubernatura de Michoacán.

En el mes de septiembre continuaron las campañas y se añadieron las de candidatos a diputados de mayoría y ayuntamientos. El dato más importante del mes fue la entrega de la lista nominal electoral definitiva a los partidos políticos, documento de crucial importancia para los partidos para delinear sus objetivos de acuerdo a la población y sus características.

En septiembre ni el Gobernador Estatal y ayuntamientos pudieron operar programas extraordinarios de apoyo social o comunitario. En noviembre queda prohibido difundir en los medios de comunicación, resultados de encuestas y sondeos de opinión sobre las preferencias electorales de los ciudadanos. A inicios del mismo mes finalizó el periodo de campañas electorales y de propaganda de los partidos en cara a la jornada electoral del 13 de noviembre.

Las elecciones se realizaron, como ya se mencionó, el 13 de noviembre de 2011, conforme lo establecido en los artículos 21, 51 y 112 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo. La referida elección fue la última a celebrarse en el mes de noviembre de acuerdo con las

modificaciones a la Constitución de la entidad para hacer concurrir las elecciones locales con las federales.⁸⁸

Aunado a lo anterior las elecciones de 2011 tuvo características peculiares “debido a que no se concretó la reforma electoral que habría de adecuar las reglas de las elecciones a las nuevas disposiciones establecidas en el artículo 116, fracción IV de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, por lo que fue necesario que en el transcurso del mismo, el Consejo General emitiera acuerdos y reglamentos que conciliaran la normativa local con las disposiciones de la Carta Magna y las leyes que derivan de ella; asimismo para desarrollar y/o cubrir lagunas jurídicas, sobre cuestiones sustantivas y procedimentales diversas, no resueltas en la ley, haciendo interpretaciones conforme a la Constitución, para salvaguardar el principio de supremacía establecido en el artículo 133 de la propia Carta Magna y generar certeza en las elecciones.”⁸⁹

El mensaje es finalmente el medio por el cual se realiza el “ejercicio directo del derecho a la información”.⁹⁰ Independientemente de la construcción del mensajes si se restringe se atenta contra un derecho fundamental, porque si bien el mensaje que se construye por parte del profesional de la información es a partir de la realidad, a pesar de que lo que se dice no es la realidad en sí, sino un reflejo de la misma a través de una mirada.

Los medios de comunicación han tomado conciencia de su fuerza, de su poder; el problema es que cuando lo ejercen en exceso pueden ser víctimas de sus propias ambiciones. No sé bien si por esta causa omiten que la libertad a la que tienen derecho es también un deber; de igual forma desconozco por qué se soslaya que

⁸⁸ Con relación a lo dispuesto en el Decreto número 69, mismo que se publicaría en el Diario Oficial del Gobierno Constitucional de Michoacán de Ocampo el 22 de septiembre de 2006. Donde se establece que a partir de 2015 las elecciones deberán efectuarse el primer domingo de julio.

⁸⁹ IEM, t. I. p. 1

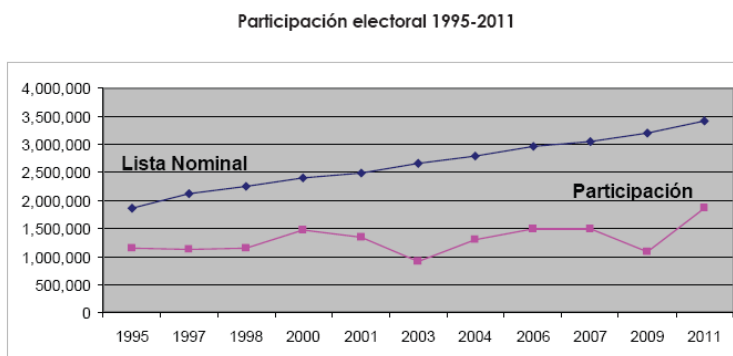
⁹⁰ Bel Mallén, José Ignacio, *Derecho a la información y excepciones a los mensajes* en “Derecho de la Información” de José Ignacio Bel Mallén, Loreto Corredoira y Alfonso, Ariel, México, 2003. p. 181.

los valores morales “que defienden los dioses” los distribuyeron para todos, ellos incluidos⁹¹.

Lo anterior conforma una visión que no es nada positiva, incluso demasiada oficialista con el régimen priísta, pero que si bien aporta estos juicios divergentes sobre lo que se espera de la libertad de expresión, del derecho a la información y de la labor periodística, ya que no es más que una somera respuesta a lo que el mensaje implica en sí.

Las Elecciones para Gobernador del Estado de Michoacán 2011 fueron además decisivas en muchos de los municipios que comprenden la geografía del Estado, pues se eligieron 113 alcaldes además de que se votó para la conformación del Congreso local.

Las elecciones de 2011 se consideraron como las más concurridas de las que se haya tenido precedente, como se muestra en la siguiente gráfica que ilustra tanto el grueso de la lista nominal como los niveles de participación, la información ha sido tomada de datos publicados por el Instituto Electoral de Michoacán, quien fuese el responsable de la organización de las elecciones suscitadas en 2011.



En la siguiente tabla, tomada de la página oficial del Instituto Electoral de Michoacán se pueden ver en cifras la participación de los ciudadanos

⁹¹ Medina Viedas, Jorge, *Narcisismo y metamorfosis. Los medios y las elecciones del 2000*, ensayo, [en línea] Disponible en: <http://www.etcetera.com.mx/2000/374/jmv374.html>, [consultado: 9 de julio de 2012]

michoacanos que ejercieron su derecho al voto en un comparativo desde 1995 a 2011, y que sin lugar a dudas fueron las más concurridas de que se haya tenido precedente, lo anterior tomando como partida el total de ciudadanos que se encuentran en la Lista Nominal.

ELECCIÓN	L.N.	PARTICIPACIÓN	%
1995	1,866,176	1,139,765	61.07%
1997	2,116,025	1,118,690	52.87%
1998	2,250,887	1,148,175	51.01%
2000	2,408,934	1,464,277	60.79%
2001	2,494,099	1,330,281	53.34%
2003	2,669,685	917,881	34.38%
2004	2,787,085	1,286,496	46.16%
2006	2,952,114	1,495,097	50.64%
2007	3,054,638	1,494,559	48.93%
2009	3,208,467	1,070,776	33.37%
2011	3,415,690	1,859,598	54.44%

Las elecciones de 2011 también fueron las que, bajo el panorama de inmediatez informativa, confundieron a la población del Estado ya que representantes de los partidos a nivel nacional proclamaban ganadores, cada uno a su candidato, por el PAN, a Luisa María Calderón, por el PRI, a Fausto Vallejo y por el PRD, a Silvano Aureoles.

Aún hoy se pueden ver en YouTube diversos videos, en uno de ellos dice a la letra Fausto Vallejo Figueroa: “El día de hoy, termina de hecho una etapa en la vida de Michoacán; el día de hoy concluye el proceso electoral, en cuanto a la votación, están dándome los resultados oficiales, que como partido serio, hemos dado, por parte de nuestros dirigentes nacionales los resultados del conteo de salida, estamos en el conteo rápido, los números oficiales, por ser un partido serio, van a corresponder con lo que ha dicho nuestra dirigencia nacional. De aquí en adelante vamos a hacer lo que viene pregonando en todos los rincones de Michoacán llamando a la reconciliación [...] Michoacán tiene muchas calamidades, muchos problemas pero también tenemos muchas esperanzas, yo le voy a dar para adelante porque soy una gente que piensa en el futuro, estoy emocionado

pero también ya estoy ocupado, desde este momento estoy ocupado en ver cómo vamos a resolver los problemas que tenemos en Michoacán [...]"⁹²

Cierra el video con una porra al grito de ¡Ya ganamos! que entonaron los presentes la noche del 13 de noviembre, quienes tuvieron como punto de reunión el primer cuadro del centro Histórico de la ciudad de Morelia, Michoacán.

El PAN haciendo lo mismo, en un video que se rescata de *cuasartv*, presenta en una nota a la candada del partido Luisa María Calderón, quien afirma "Me declaro ganadora, las encuestas lo dicen [...] es una sentencia y lo iremos corroborando con el PREP, lo corroboraremos y lo ratificaremos con las actas de nuestros representantes de casilla."⁹³

El periodista que presentó la nota, añadió que para hacer tal afirmación la candidata confió en tres casas encuestadoras quienes fueron siguiendo. Al respecto la misma Luisa María Calderón añade en el video que: "La encuesta ARCO que nos da 39 puntos sobre 35 del PRI y 26 del PRD-PT; Muévete, mercadotecnia activa, nos da 37.1 nosotros, 33.7 PRI y 29.1 PRD-PT y Espacio Muestrear, 38.5 nosotros, 35 PRI y 26.5 PRD, el tema aquí es que las tres nos dan la tendencia ganadora".

La misma empresa que reportara ganadora a Luisa María Calderón, lo hizo con el candidato del PRD-PT, Silvano Aureoles. La nota comienza con una voz femenina que enfatiza que el candidato se presenta ganador de acuerdo a una encuesta que lo coloca con 35 puntos, sobre el candidato del PRI con 34 puntos en último lugar la candidata del PAN con 31 puntos.

Dice el candidato del PRD-PT: "Nos da prácticamente un empate técnico, que son datos muy sólidos, es una diferencia de un punto porcentual arriba con el

⁹² Se proclama vencedor Fausto Vallejo,[en línea] Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=H_LwIgyIwzI[consultado: noviembre de 2011]

⁹³ Empresa Álamo, [en línea] Disponible en: Video YouTube, <http://www.youtube.com/watch?v=NLfb8RTTDcU>,[consultado: noviembre 2011]

PRI y el [...] la candidata del PAN en un tercer lugar muy rezagada.”⁹⁴ A nivel nacional también fue noticia el hecho de que los tres candidatos se proclamaran ganadores como lo muestra otro video del Grupo Milenio en <http://www.youtube.com/watch?v=fVsSYKTHP5w>.

Recordemos que el panorama anteriormente citado, se dio cuando aún no se había emitido un resultado definitivo el Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP), además de resaltar que a la postre vinieron innumerables críticas al PRI, argumentos como que fue privilegiado como CB Televisión, además de que había irregularidades por el logotipo del partido que apareciera en un short en medio de una pelea de box a nivel internacional. En el entendido de que la información se puede manipular, también la imagen se puede fabricar por parte de los medios de comunicación como se mencionó en el primer capítulo de la presente investigación.

Siendo que los siguientes datos corresponden al día 13 de noviembre a las 10:30 pm del Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP), conteo que presenta un avance del 12.76 por ciento de votos computados hasta el momento.

PARTICIPACIÓN CIUDADANA AVANCE PREP

No. Total de Actas:	6,074
Incidencias:	41
Computadas:	734
Total:	775
Votos Ejercidos:	184,095
Lista Nominales: <small>(de las actas computadas)</small>	354,515

Milenio y Excélsior presentaron notas cuya lead hizo referencia al deslinde del

⁹⁴ Empresa Álamo, [en línea] Disponible en YouTube, <http://www.youtube.com/watch?v=hK8XXRtb08w> [consultado: noviembre 2011]

partido por el uso del logotipo del PRI en el short que uso en la pelea el boxista Juan Manuel Márquez, que lejos de beneficiar al partido lo perjudica pues es a toda vista delito en materia electoral.⁹⁵ A pesar de la misma fuente en los diarios electrónicos e impresos: Notimex, el diario “El Economista” hizo énfasis en la polémica suscitada por el uso de la prenda en sí, con el argumento por parte del PAN de que era propaganda prohibida por el uso y exhibición de la prenda en cadena nacional⁹⁶, tal vez no hubiese sido tanto el escándalo, pero a través de diversos medios de comunicación se presentó mayor publicidad al partido a un día de la jornada electoral en el Estado de Michoacán.⁹⁷



Una vez terminada la jornada electoral y celebrada la sesión dentro del Instituto Electoral de Michoacán para realizar el conteo final de las actas de cómputo distrital, así como los resultados del acta de votación estatal recibida del extranjero, es que se le entregó la constancia de mayoría al candidato con mayor número de votos el domingo 20 de noviembre de 2011.

La constancia de mayoría sería fue recibida por el candidato del Partido de la Revolución Democrática que en coalición con el Partido Verde Ecologista de México: Fausto Vallejo Figueroa. Que para el cargo de Gobernador tomó posesión el 15 de febrero de 2012.

Para verificar el cumplimiento en tiempo en medios de comunicación audiovisuales el Consejo General del Instituto Electoral aprobó un acuerdo por

⁹⁵ Véase en Milenio Edición Nacional, [en línea] Disponible en: <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/df459020b8bc4650dc0e8a988607955a>[consultado: noviembre 2011]

⁹⁶ Véase en Eleconomista.mx, <http://eleconomista.com.mx/deportes/2011/11/14/logo-pri-short-marquez-causa-polemica>. [consultado: noviembre 2011]

⁹⁷ Imagen tomada del portal de Excelsior, [en línea] Disponible en: <http://www.excelsior.com.mx/2011/11/13/nacional/783242>[consultado: mayo 2012]

medio del cual se establecen lineamientos para realizar un monitoreo de la propaganda electoral.

El monitoreo, fue efectuado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V., quien obtuvo el contrato mediante el concurso por invitación restringida No. CADIEM-I.R./001/2011, al que se invitó también a participar a otros ocho proveedores: PANTOJA & COM AGENCIA DE PUBLICIDAD, OPERADORA DE MEDIOS S.A. DE C.V., ORBIT MEDIA S.A. DE C.V., SINTESIS MICHOACAN, IBOPE AGB MEXICO S.A. DE C.V., MONITOREO Y TRANSCRIPCIONES S.C., REC MONITOREO DE MEDIOS S.C. DE R.L. Y JUAN LUIS TOVAR.

La empresa adjudicada realizó el monitoreo de la propaganda electoral de partidos políticos, precandidatos y candidatos, del día 08 de junio al día 13 de noviembre del año 2011, y también monitoreó la difusión de mensajes publicitarios de los gobiernos Federal, del Estado y de los ayuntamientos, durante el período comprendido del 31 de agosto al 13 de noviembre de ese mismo año.

El monitoreo a periódicos y páginas Web, abarcó espacios publicitarios, notas informativas, editoriales, columnas y artículos, tomando en cuenta lo siguiente:⁹⁸

1. Cuerpo: Refiriéndose al contenido de la noticia publicada en el medio impreso o electrónico del que se trate;
2. Declarante: Persona con voz activa de la noticia;
3. Espacio: El tipo de publicación según el medio, impreso o electrónico. En medios impresos sería en plana, roba plana horizontal o vertical, media plana horizontal o vertical, cuarto de plana horizontal o vertical, de plana horizontal o vertical, cintillo y

⁹⁸ Memoria del Proceso Electoral Ordinario 2011 y Proceso electoral Extraordinario del Ayuntamiento del Municipio de Morelia 2012, t. I, p. IEM, pp.217-218. [en línea] Disponible en: http://www.iem.org.mx/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=129:registro-de-candidatos&Itemid=76, [consultado: enero 2013]

columna; y, por lo que respecta a medios electrónicos, se consideró la cantidad de columnas que ocupa la publicación.

En ambos casos, cuando el espacio contabilizado no coincidiera con las anteriores, debían tomarse en cuenta para su registro, las características más cercanas;

4. Espectacular: Considerado como la propaganda impresionante o aparatosa colocada en una estructura mediante la cual se difunden imágenes e ideas de propaganda de precampaña y campaña de los partidos políticos, coaliciones y de sus precandidatos o candidatos y de propaganda gubernamental;

5. Lead: Enunciado que sirve de base para atraer la atención del lector sobre el contenido de la nota que se pone a su consideración;

6. Notas fraccionadas: Aquellas en las que la presencia del partido se involucra al lado de otro partido o de instituciones u organizaciones;

7. Permanencia: Se refiere al tiempo contabilizado en días en los que la propaganda y/o la información se mantuvieron en los distintos medios en que se difundió;

8. Propaganda Institucional: Aquélla en la que se realiza promoción o se promueve la imagen de determinado partido político, sin la mención específica del nombre de precandidato o candidato alguno, logotipo de campaña, slogan o cualquier otro elemento que pudiera ligarlo con algún precandidato o candidato en específico;

9. Propaganda Mixta: Aquélla en la que concurren dos o más candidatos, hasta un máximo de cinco, donde tanto el tiempo de exposición en video como en audio, o en su defecto en audio, es equitativa para todos los candidatos, sin que alguno de los candidatos presente una exposición mayor del 70%;

10. Referente: Persona de la cual el declarante habla u opina;

11. Spot preventivo o de Expectación: Aquellos donde no se describe, señala o presenta tanto el nombre del candidato como el partido al que pertenece, solo se presentan elementos descriptivos que hacen alusión a algún evento o personaje que

se presentaría a futuro, se incorporan elementos como logotipos, slogan de campaña etc.;

12. Ubicación: En medios impresos se refiere a la página en la que se publicó; y, en medios electrónicos a la página en que se encontró (teniendo presente que en las páginas Web existen página principal, interiores y links), y al lugar en que se visualiza (izquierda, derecha, arriba o abajo);

13. Valoración: Todas las notas tienen una acción directa (beneficio, perjuicio o mera información) sobre el partido político, coalición, precandidato o candidato que declara o del que se habla; y,

14. Versión: Se refiere al tema que la propaganda destaca.

Los sujetos monitoreados fueron:⁹⁹

1. Los partidos políticos y coaliciones;
2. Los precandidatos y candidatos a puestos de elección popular;
3. Los dirigentes y funcionarios partidistas;
4. Los militantes y simpatizantes de los partidos políticos;
5. Los funcionarios públicos de los tres poderes del Estado, de los órganos autónomos y de los ayuntamientos, cuando existieron declaraciones o acciones difundidas con la intención de influir en el proceso electoral; y,
6. Los funcionarios públicos de los tres poderes de la Federación y órganos autónomos federales, que emitieran declaraciones o realizaran acciones con la intención de influir en el proceso electoral.

Para la empresa contratada fueron fuente de monitoreo diversos medios impresos así como audiovisuales, así mismo seleccionaron su información

⁹⁹ Ibidem. p. 219.

enfocándose a las noticias generadas a nivel local, así como se midió la información según las notas fuera neutras, positivas o negativas.

Síntesis del resultado del monitoreo a medios se dio a conocer que durante el proceso electoral ordinario 2011, se publicaron un total de 119 mil 475 notas informativas sobre precandidatos y candidatos; asimismo, se reportaron un total de 5 mil 281 anuncios por televisión por cable, 142 anuncios en cine, mil827 espectaculares, 12 mil 214 anuncios en páginas web y 591 inserciones en prensa para dar un total de 20 mil 063 anuncios de propaganda de partidos o coaliciones del 8 de junio al 13 de noviembre.¹⁰⁰

3.5 La Voz de Michoacán y Cambio de Michoacán

La Unidad de Acceso a la Información del Instituto Electoral de Michoacán da cuenta de manera diaria de una síntesis informativa que se distribuye a los integrantes del Consejo General del IEM, por medio del cual se da cuenta de la importancia que tiene para tal organismo la prensa, en es especial, local como se da cuenta en la Memoria del propio instituto:

La síntesis comprende principalmente la información de los diarios La Voz de Michoacán, Cambio de Michoacán, El Sol de Morelia, Provincia y La Jornada Michoacán, y de diversas agencias informativas por Internet, como Agencia Quadratín y Cambio de Michoacán.¹⁰¹

Tomando en cuenta los datos oficiales del Instituto Electoral de Michoacán en el estudio del sondeo a medios de comunicación en general, es que se han elegido los medios objeto de la investigación, tal como *La Voz de Michoacán* y *Cambio de Michoacán*, ambos con una trayectoria trascendente en el Estado, uno con prestigio por sus más de cincuenta años en circulación y otro, que a la postre

¹⁰⁰ Ibidem. p. 231.

¹⁰¹ Ibidem. p. 743.

nace como contrapartida del primero con el fin de ofrecer a la población al diferente.

Se pidió a los medios de comunicación, objeto de análisis, como a los demás medios impresos que circulan en la entidad, información acerca relacionada con el tiraje, como el porcentaje de devolución, teniendo en cuenta de que no todos los días realizan el mismo tiraje pues sabemos que la su audiencia disminuye en ciertos días de la semana.

Sin embargo, *La Voz de Michoacán* no atendió la petición y optó por reservarla. No así *Cambio de Michoacán*, el cual, tanto de manera personal como electrónica proporcionó datos, algunos de los cuales se pueden consultar en internet con la liga: <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/somos.php>.

La Voz de Michoacán nació el 19 de junio de 1948 a iniciativa del Sr. José Tocavén Lavín, siendo Fundador y Director General. En la actualidad La Voz de Michoacán tiene como Director General y Presidente del Consejo de Administración al Lic. Miguel Medina Robles, quien ha mantenido vivas las palabras de su fundador: “MÁS QUE UN MEDIO, UNA INSTITUCIÓN ESENCIA HUMANA DE LOS MICHOACANOS, CON SUS BÚSQUEDAS, SUS RESPUESTAS, SUS LOGROS Y SIEMPRE NUEVAS METAS”.

En honor y cumplimiento de estas palabras, La Voz ha mantenido su liderazgo desde su fundación gracias a ese espíritu de renovación que vive en todos y cada uno de sus más de 300 empleados que buscan cumplir diariamente su Misión: “SER LA VOZ DEL PUEBLO “La Voz estará abriendo siempre nuevas rutas, ofreciendo atractivas promociones y mejorando sus servicios.

Es por eso que sus directivos, ejecutivos, operativos y hasta el joven que entrega La Voz en sus manos trabajan cada día con su visión en la mente: “Ser el periódico estatal preferido de los michoacanos, con un sistema de trabajo encaminado al desarrollo integral de su mercado interno y externo, abierto a las diferentes corrientes de pensamiento y propuestas fundamentadas en la objetividad, veracidad y oportunidad, que dé como resultado un periódico que sirva de guía al periodismo nacional”.

Con la mirada en el futuro, con los pies en el presente y con la confianza en la tradición informativa de LA VOZ DE MICHOACÁN, avanza y se fortalece pensando siempre en servir a sus lectores en este siglo XXI; siendo también la mejor opción para su publicidad en todo el estado.¹⁰²

Cambio de Michoacán llega a 70 municipios de 113 que tiene el Estado. Los municipios lo cubren con cuatro rutas foráneas que abarcan la región Oriente, el Bajío, Centro y Tierra Caliente. El periódico tiene un tiraje que de lunes a viernes es de 9500 ejemplares y el domingo 8500, no publica los sábados puesto que, han asumido como medio que es uno de los días de más baja demanda.

Tienen 3786 suscriptores, 3200 en Morelia y el resto en Ciudades conurbadas como Uruapan, Apatzingán, Zitácuaro, Zamora, Jiquilpan y Sahuayo. El medio tiene contemplado el 10 por ciento de devolución, lo cual equivale a un aproximado de entre 1000 y 700 periódicos devueltos a la empresa. La persona entrevistada afirma que el número de devoluciones mayor ha sido de 1200 diarios.

De la página oficial de *Cambio de Michoacán* se rescataron datos como:

Cambio de Michoacán es un diario de circulación estatal que desde su nacimiento brinda información objetiva y oportuna sobre el acontecer de las distintas regiones de la entidad, del país y del mundo.

Cambio de Michoacán nació el 6 de julio de 1992 ante el reclamo de la sociedad michoacana que demandaba información más veraz, plural y crítica. Los fundadores de esta empresa se propusieron emprender un cambio notable en las formas tradicionales de hacer periodismo. Desde esta perspectiva, hemos defendido la libertad de expresión, la tolerancia y el derecho a la información. Hemos participado para que la pluralidad se manifieste, se avance en la democracia y se conozcan con más claridad los hechos que ocurren en Michoacán.¹⁰³

¹⁰² Historia de La Voz de Michoacán, 25 de diciembre de 2012,[en línea] Disponible en: <http://www.vozdemichoacan.com.mx/la-voz-de-michoacan/> [consultado: enero 2012]

¹⁰³ *Cambio de Michoacán*, [en línea] Disponible en: <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/somos.php>. [consultado: enero 2013]

También el diario tiene catalogados a sus lectores, de los cuales 53 por ciento son hombres, 47 por ciento mujeres; de los cuales 67 por ciento se encuentran casados y 33 por ciento solteros. Además de que también los ha distribuido y catalogado por su grado de educación y edades:

Estudios

- 17% primaria
- 15% secundaria
- 24% bachillerato o equivalente
- 44% profesional

Edades

- 11% tienen 15-20 años
- 28% tienen 21-30 años
- 24% tienen 31-40 años
- 19% tienen 41-50 años
- 18 % más de 51 años¹⁰⁴

Los datos físicos del diario son, tamaño tabloide, y aunque no edita los sábados se ubica como un periódico diario, presenta información general con suplementos atractivos, Información: general con suplementos atractivos. Secciones: Sociedad, Política, Economía, Escenarios, Municipios, Nacional, Deportes, Internacional, Aviso Económico y Sucesos. Suplementos: Letras, Científico, Mujer.es. Las agencias informativas de las cuales se vale para armar su periódico son: Notimex, SUN, Cuartoscuro, APRO y Esquema. Tiene 13 corresponsales al interior del Estado y su oficina sede se encuentra en Morelia.

¹⁰⁴ *Cambio de Michoacán*, [en línea] Disponible en: <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/somos.php>. [consultado: enero 2013]

Capítulo IV La agenda de los medios.

A continuación se presenta el análisis a los periódicos seleccionados, el encuadre al que hace referencia la teoría de McCombs para lo cual se consideró la diagramación del periódico donde se tiene como principio la jerarquización de la información. Y en los análisis se ha considerado la valoración positiva (+), negativa (-) o neutra (+-) en medida que el medio privilegie en su primera plana cierta información en los diarios *La Voz de Michoacán* y *Cambio de Michoacán*.

Lo anterior tomando en consideración el atributo que destacan en sus primeras planas. La elección de los diarios ha sido aleatoria. En el análisis siguiente se presenta en un recuadro cuya finalidad fue cuantificar en ciertas fechas la frecuencia con la que cada partido aparece. Los días han sido seleccionados en un intervalo de siete días comenzando en septiembre 5 por el hecho de haber sido la fecha en la que aparece por vez primera en *La Voz de Michoacán* propaganda explícita del PRI, a favor del candidato a la Gobernatura de la entidad.

4.1 Análisis

Tanto la importancia de los medios de comunicación como el análisis del monitoreo a medios que contrató el IEM y que valoró de manera cuantitativa las diversas notas generadas en distintos medios impresos y audiovisuales de la entidad, han servido de guía para la presente investigación en el sentido de la división que se le hace propiamente al medio impreso.

La manera en que se presenta la información en los diarios es importante porque viene determinada en el diseño editorial del propio medio en orden de importancia. El diseño se refiere al boceto, bosquejo o esquema¹⁰⁵ y en el sentido periodístico tiene el objetivo de edificar un sistema que permita la comprensión de la realidad social, que se construye de manera organizada para fabricar imágenes

¹⁰⁵Definición de diseño, [en línea] Disponible en: <http://definicion.de/disenio/>[consultado en enero 2013]

y manifestaciones culturales para facilitar las discusiones colectivas y permitir la generación de criterios de opinión pública.¹⁰⁶

Un buen diseño de periódico debe cumplir con ciertos requisitos como lo son: coherencia, legalidad, eficacia informativa y un diseño agradable. Sus elementos son: el formato, la estructura diagramática que hace referencia al sistema rectangular que lo compone, tipografía, la fotografía, ilustración infografía que tienen como finalidad atraer emoción a la información y, el color que es el elemento de comunicación visual con mayor nivel expresivo pues enriquece y dinamiza la transmisión del mensaje.

La diagramación o maquetación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos y visuales. En este espacio es donde se jerarquiza la información por orden de importancia con el fin de brindarle un orden, un balance y una fácil legibilidad.¹⁰⁷

La diagramación de un periódico siempre se va a trazar jerarquizando la información obtenida, de tal manera que en la primera plana se encontrará la bandera, rótulo o cabecera que es la parte donde viene el nombre del periódico con una tipografía singular que lo hace ser visible y reconocible frente a otros medios, en este caso, escritos.¹⁰⁸

Lo que sigue es el membrete en el que se plasman las principales características del medio y los folios que a su vez tendrán elementos del mismo logotipo del periódico; los diversos logotipos para cada sección que contiene el periódico diario. Interesa destacar los títulos de las notas que, en la diagramación le otorgan especial importancia por ser lo primero que el lector observa.

La información que se coloca en los títulos es lo que el medio ha considerado como lo más destacable de la nota en cuestión, a pesar de que en muchas ocasiones el título que propone el periodista es modificado en el área de

¹⁰⁶Véase en Diseño de un periódico,[en línea] Disponible en:<http://www.slideshare.net/mecare/diseo-de-periodicos-melissa-roman-5600599>[consultado en enero 2013]

¹⁰⁷ Idem.

¹⁰⁸ Véase en <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/463/5/Capitulo3.pdf>[consultado: enero 2013]

diseño del periódico por estos personajes que incorporan parte de su creatividad con el fin de hacer atractiva la nota. Sin embargo, ellos no lo hacen de manera arbitraria sino que siguen la línea editorial que maneja el medio.

Los sumarios son los pequeños textos que, debajo del título, pretenden ampliar la información contenida en éstos. Las imágenes también juegan un papel preponderante al momento de diagramar un diario, pues es lo que le da color y atracción a la nota y se ve a sí misma como un complemento de la información presentada.

Elementos de la diagramación		
Los textos: <ul style="list-style-type: none"> . Títulos. . Antetítulo. . Subtítulo. . Gorro. . Capitular. . Leyendas. . Extractos . Cuerpo de texto. . Autores de textos y fotos . Número de páginas. . Encabezado de sección. . Cintillos. 	Las imágenes: <ul style="list-style-type: none"> . Ilustraciones manuales. . Ilustraciones digitales. . Fotografías. . Fotomontajes. . Infografías. . Diagramas/cuadros estadísticos. . Viñetas. . Logotipos. 	Los recursos gráficos: <ul style="list-style-type: none"> . Líneas. . Tramas. . Signos señaléticos. . Marcadores de leyendas. . Fondos texturados. . Recuadros para texto. 

Teniendo como principal referente la elección a Gobernador de Michoacán 2011 y la carga informativa que viene sopesada es que se hace el siguiente análisis, se ha tomado como eje central el estudio de los diarios en determinados días, que fueron elegidos de manera aleatoria considerando los títulos referentes a hechos noticiosos en materia electoral y las imágenes de los candidatos y los partidos.

Se entiende que tanto en el diseño como en la estructura interna del medio las noticias se jerarquizan en orden de importancia, sin perder de vista que “dentro del ámbito de los hechos noticiables, hay que incluir los que, constituyendo datos o acontecimientos privados, tenga, sin embargo, trascendencia pública, ya que a éstos no puede, alcanzar la salvaguarda de la intimidad. Pues es más peligroso el

secreto que la falta de información o difusión de noticias. El secreto es nada menos que cegar la fuente misma de la noticia y, por tanto, de la verdad.¹⁰⁹

A pesar de que, como se ha visto, se encuentra prohibida la censura previa y los límites impuestos por la autoridad para coartar la libertad de expresión y la facultad de publicar cualquier hecho noticiable, en el sentido de que el derecho a la información es un derecho ilimitable por los poderes, no se puede dejar de lado que cualquier medio pueda adoptar posturas oficiales.

Sin embargo, el hecho de que el medio se asuma como plural atendiendo a las diferentes corrientes de pensamiento contraviene, sin lugar a dudas, el derecho de los ciudadanos a ser informados verazmente. Recordemos aspectos importantes para cada medio, según los principios que cada uno plantea, en los que se pone de manifiesto su compromiso con la población michoacana de informarle de manera veraz los acontecimientos suscitados en la entidad, y que sin embargo, han sido presa de sus propias acciones.

Es por eso que sus directivos, ejecutivos, operativos y hasta el joven que entrega *La Voz* en sus manos trabajan cada día con su visión en la mente: “Ser el periódico estatal preferido de los michoacanos, con un sistema de trabajo encaminado al desarrollo integral de su mercado interno y externo, abierto a las diferentes corrientes de pensamiento y propuestas fundamentadas en la objetividad, veracidad y oportunidad, que dé como resultado un periódico que sirva de guía al periodismo nacional”.¹¹⁰

Cambio de Michoacán nació el 6 de julio de 1992 ante el reclamo de la sociedad michoacana que demandaba información más veraz, plural y crítica. Los fundadores de esta empresa se propusieron emprender un cambio notable en las formas tradicionales de hacer periodismo. Desde esta perspectiva, hemos defendido la libertad de expresión, la tolerancia y el derecho a la información. Hemos participado

¹⁰⁹ José María Desantes, *La información como derecho*, Madrid, Editora Nacional Madrid, 1974. p. 34.

¹¹⁰ Historia de La Voz de Michoacán, 25 de diciembre de 2012, [en línea] Disponible en: <http://www.vozdemichoacan.com.mx/la-voz-de-michoacan/>[consultado: enero 2013]

para que la pluralidad se manifieste, se avance en la democracia y se conozcan con más claridad los hechos que ocurren en Michoacán.¹¹¹

Los fragmentos anteriores responden a lo que se ha considerado como el aspecto a valorar del medio en el cual se establecen los principios por los cuales se ha de regir, aunque el hecho de la veracidad noticiosa bien puede entenderse como un mero argumento de formalidad que se encuentra lejos del compromiso real.

Otro factor determinante en la elección de los días objeto de estudio fue la aparición en *La Voz de Michoacán* de propaganda electoral a favor del PRI en portada, que de acuerdo a entrevistas, cuya fuente se reserva, se asegura que la portada no se verde, idea que se encuentra dentro de los estatutos del medio y a los cuales no fue posible acceder porque el periódico no ha contestado aún la solicitud de información que se les presentó con meses de antelación a la presentación de este trabajo.

Es innegable que en la elección noticiosa influye cierta subjetividad tanto del periodista como del medio al que pertenece, pues debe cumplir con ciertas líneas editoriales a pesar de que pudiesen llegar a ser contrarias a su forma de pensar o de reaccionar ante diversas situaciones. Ahora bien, el encuadre de la noticia al cual hace alusión Maxwell McCombs se presenta en el sentido de destacar los atributos que aluden a un tratamiento para el asunto descrito.

En la portada de los medios también se entiende que esa jerarquía se encuentra desde la primera plana, esa importancia se va expresando en la medida que encontramos extensión de la nota como el tamaño del titular, lo cual influye a que se le brinde o no importancia a la noticia. Hasta aquí dos elementos consistentes, el encuadre de las notas y la importancia medida de las características ya descritas.

¹¹¹ *Cambio de Michoacán*, [en línea] Disponible en: <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/somos.php>. [consultado: enero 2013]

Cabe señalar que como se ha puesto de ejemplo en los estudios que McCombs ha realizado a través de los años, se puede hablar de que periódicos en Estados Unidos esperaban a que el *New York Times* planeara qué iba a poner en su primera plana para sí poder editar la suya los otros diarios. Al ser *La Voz de Michoacán* el diario de mayor tradición en la entidad, es de esperarse que sus notas fuesen un ejemplo a seguir de otros medios.

Un rasgo dominante de la prensa [...] en el objetivo de ayudar a la población a comprender lo que está pasando y a difundir aquellos hechos que estando bien o mal son de interés general. Los medios escritos lógicamente gozan de una historia social mucho más lejana y más llena de experiencias enriquecedoras. A través de ellas, a través de su historia singular, se puede interpretar el desarrollo de nuestra nación.¹¹²

Al ser los medios el escenario principal de la contienda electoral, los hechos establecidos en el día sí pueden orientar al candidato para que elija abordar determinado tema dependiendo la postura que los medios han marcado “sesgando la atención del público, hacia ciertos temas que son presentados como los más importantes a cada momento.”¹¹³

Iniciaremos con las primeras planas, cabe aclarar que los días que mayor venta tiene *La Voz de Michoacán*, son los lunes porque es cuando se renuevan los anuncios clasificados.

El día lunes 12 de septiembre aparece en primera plana, aun lado de la cabecera del periódico la “F de Fausto”, nombre con el que se dio a conocer el candidato del PRI durante las elecciones de 2011, el fondo es rojo, pues fue el color con el que toda la publicidad y propaganda se difundiría entonces.

¹¹²Op. cit. McCombs p. 12.

¹¹³García Beaudoux, Orlando D’Adamo y Gabriel Slavinsky, Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales, colección libertad y cambio, Gedisa, Barcelona, 2005. p. 79

También en la primera plana aparece la lead¹¹⁴ sin imagen que dice: *Hay candidatos del PRI, con el crimen*, la falta de imagen en portada hace que pierda importancia la nota. De la misma fecha aparece en *Cambio de Michoacán*, la nota destacada de: *incrementos de hasta 20 por ciento en los productos básicos*, debajo de esta lead la foto de Marko Cortés, en su registro por la candidatura por la alcaldía de Morelia.¹¹⁵

Ahora se presentarán los datos tomando en cuenta las primeras planas de los diarios que se ubican dentro del periodo de campaña. La última columna evidenciará la valoración del encuadre denominado estratégico, como lo explica McCombs, es el tipo más frecuente en las campañas electorales, que para explicarlo un poco más es el tipo de encuadre o *framing*, como él lo denomina, que consiste en presentar la información mediante actores protagonistas de acuerdo a sus motivaciones, ganancias y pérdidas definitivas en términos personales.

4.2 Registro de datos

La valoración será o bien positiva (+), negativa (-) o neutra (+-) en medida que el medio privilegie en su primera plana cierta información en los diarios *La Voz de Michoacán* y *Cambio de Michoacán*.

ENCUADRE 31 DE AGOSTO EN *CAMBIO DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI, PAN Y PRD	ARRANCAN CAMPAÑAS	Se advierte que para la contienda electoral hay un clima organizado y que los candidatos se encuentran plenamente convencidos de no habrá <i>guerra sucia</i> .	(+)

ENCUADRE 5 DE SEPTIEMBRE EN *CAMBIO DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI, PAN Y PRD	CANDIDATOS POR SUPERAR TEMA DE LA	Destacan el tema de la delincuencia organizada, misma que no debe influir en el	(+)

¹¹⁴ Enunciado que sirve de base para atraer la atención del lector sobre el contenido de la nota que se pone en consideración, IEM.

¹¹⁵ Ver anexo, Primeras planas.

	CRIMINALIDAD	proceso. Así es como el hecho de superar viene a describir el hecho de olvidar y no tanto por hacerle frente al problema.	
--	--------------	---	--

ENCUADRE 8 DE SEPTIEMBRE EN *CAMBIO DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PAN	ORDENA EL IFE RETIRAR SPOTS DE FELIPE CALDERÓN	En la foto inferior al título de la noticia destacada en primera plana se inserta una imagen donde aparece el rector de la Universidad Michoacana, Salvador Jara con Cuauhtémoc Cárdenas, la imagen hace alusión a la instalación del consejo en Arte y Cultura por la misma Universidad. En la foto ambos personajes aparecen sonriendo.	(-)

ENCUADRE 12 DE SEPTIEMBRE EN *CAMBIO DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PAN	IMAGEN: DE MARKO CORTÉS OFICIALIZANDO SU CANDIDATURA POR LA ALCALDÍA DE MORELIA	La imagen, que también es noticia porque informa, se ve opacada ante el título que aparece sobre ella sobre el incremento a los productos básico.	(+-)

ENCUADRE 19 DE SEPTIEMBRE EN *CAMBIO DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI	DOS TITULARES OBRRESALEN: INVESTIGAN EL CASO OOAPAS: PRD; NO HAY DESVÍO: FAUSTO	Como resultado de una nota nacional donde el dirigente del PRD Jesús Zambrano acusa al hermano del entonces Presidente Felipe Calderón de desvío de dinero durante el mandato de Fausto Vallejo, quien a su vez negaría tales acusaciones así como su vínculo con tales desvíos. En la nota completa además afirma como un buen funcionario público a Felipe Calderón.	(+)

ENCUADRE 25 DE SEPTIEMBRE EN *CAMBIO DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
_____	EN AUMENTO, LA DEMANDA DE ARMAS	A pesar de que los candidatos habían declarado que el tema de la seguridad era un tema que se debía superar. Vuelve a la agenda del público el tema, la fotografía abarca casi la totalidad de la primera plana haciendo hincapié el tema de la inseguridad en la entidad. ¹¹⁶	(-)

¹¹⁶ A pesar de que la nota que se destaca en primera plana no hace alusión a ningún partido, se considera negativa para los tres en el sentido de que el tema de la inseguridad era un tema por superar, pero la agenda del diario afirma que la demanda de armas va en aumento en medio del panorama de inseguridad que se vive en la entidad.

ENCUADRE 10 DE OCTUBRE EN *CAMBIO DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI, PAN Y PRD	DOS NOTAS: EL PRD FALLÓ; ES LA HORA DE LUISA MARÍA: JAVIER LOZANO. EL REGRESO DEL PRI SERÍA UNA TRAGEDIA: MARCELO EBRAD.	En ambos títulos se advierte el tono de descrédito del opositor, tanto aquel que gobernara en la entidad como el hecho de que se volviese a la antigua fórmula monocolor.	(-) PRD (-) PAN

ENCUADRE 11 DE OCTUBRE EN *CAMBIO DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PAN Y PRI	PRESENTA LUISA MARÍA SU PLAN PARA GOBERNAR	Se vuelve al tema de la inseguridad, donde se destaca en la nota que la entonces candidata ayudará a construir un estado sin extorsiones, secuestros y robos. De la primera plana en la parte inferior aparece una declaración de Humberto Moreira asegurando que “el PRI regresará a Michoacán y a la Presidencia”. ¹¹⁷	(+) PRI (-) PAN

ENCUADRE 21 DE OCTUBRE EN *CAMBIO DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI, PAN Y PRD	CANDIDATOS RATIFICARON OFERTAS; FALTÓ DEBATE.	Se presenta fotografía del debate que realizaron los tres candidatos para la elección a Gobernador en la Entidad. En la nota se aclara que solamente refrendaron sus compromisos de campaña sobre temas como transparencia, deuda, educación, transporte y seguridad.	(+-)

ENCUADRE 27 DE OCTUBRE EN *CAMBIO DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI	“GOBIERNO ESTATAL GESTIONA FONDO DE CONTINGENCIA”	Aunque se trata de un titular que sobre el gobierno en turno mientras Fausto Vallejo es contendiente a la Gubernatura, la imagen inferior se destaca la gira proselitista de Fausto Vallejo a un lado de Enrique Peña Nieto, y se destacan dos declaraciones. La primera resaltada en negritas: Michoacán merece mejor destino: Peña Nieto. Y debajo una declaración de Fausto Vallejo, <i>Voy a sacar al Estado del hoyo en el que se encuentra.</i>	(+)

¹¹⁷ Aunque la nota más importante es que Luisa Ma. Calderón presenta su plan para gobernar, la afirmación inferior que se presenta por parte del líder priísta sobresale aún más: *el PRI regresará a Michoacán y a la Presidencia.*

ENCUADRE 31 DE OCTUBRE EN CAMBIO DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PAN	"CONCLUIRÁN CON NÚMEROS ROJOS 80 % DE LOS MUNICIPIOS"	El titular de primera plana resulta poco favorecedor por la falta de recursos federales y estatales con miras al próximo cierre de la administración. Debajo del titular sobresale la imagen en la que Luisa Ma. Calderón aparece en un mitin y en el pie de foto se destaca que ella se encuentra a favor de los usos y costumbres de los pueblos indígenas, haciendo alusión a Cherán. Debajo de la foto, aparece otro titular en el que se destaca: Defiende Cocoa, aparición en TV Azteca. Y donde finalmente aparece el argumento de <i>Se burla de los michoacano: PRD</i>	(-)

ENCUADRE 3 DE NOVIEMBRE EN CAMBIO DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI Y PAN	EN LA PARTE SUPERIOR DOS FOTOS DE COCOA Y FAUSTO VALLEJO ANTE LA FISCALIA ELECTORAL NEGANDO ACUSACIONES DE DELITOS ELECTORALES. EN LA PARTE INFERIOR EL TÍTULO EN GRANDE SOBRE EL ASESINATO DEL EDIL DE LA PIEDAD, MICHOACÁN	El tema de la seguridad vuelve y ahora directamente contra el edil de La Piedad, donde es asesinado mientras repartía propaganda electoral a favor del PAN. Aparece la imagen donde es trasladado el cuerpo de Ricardo Guzmán en lo que parece ser una ambulancia.	(-) PAN (-) PRI

ENCUADRE 6 DE NOVIEMBRE EN CAMBIO DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRD	EN MICHOACÁN, NI EXTENSIONES NI IMPOSICIONES DEL GOBIERNO FEDERAL	Aparece de fondo al título de la noticia una foto de Silvano Aureoles acompañado de Jesús Zambrano y Cuauhtémoc Cárdenas durante el cierre de campañas en Morelia. Asegurando el candidato haber hecho todo lo humanamente posible para ganar el voto de los ciudadanos.	(+)

ENCUADRE 7 DE NOVIEMBRE EN CAMBIO DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PAN Y PRI	EN PRIMERA PLANA LAS IMÁGENES Y LOS TÍTULOS CASI ABARCAN SU TOTALIDAD. COCOA: LE DARÉ SEGURIDAD AL	Aparecen ambos candidatos con los principales líderes a nivel nacional de cada partido. La imagen de Luisa Ma. Calderón con las manos levantadas enlazadas con las de Ernesto Cordero, Santiago Creel y Gustavo Madero, ella es presentada en un plano abierto, mientras que Fausto Vallejo aparece con el mismo ademán con Enrique Peña Nieto. La segunda imagen en	(+) PAN (+)

	ESTADO. GANARÉ, PÉSELE A QUIEN LE PESE:FVF	primer plano. Y mientras el PAN sigue hablando de seguridad aún por lo sucedido en La Piedad. Fausto aludió con la frase “los Pinos no votan en Michoacán”, en el sentido de que se había corrido el rumor de que la candidata del PAN contaba con todos los recursos para ganar la elección y uno de ellos era precisamente Felipe Calderón	PRI
--	---	---	-----

ENCUADRE 9 DE NOVIEMBRE EN *CAMBIO DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI, PAN Y PRD	SE DESTACAN ENTRADILLAS A LA NOTA DE LOS CANDIDATOS, DEL PRD “SE LANZA CONTRA SUS CONTENDIENTES”; DEL PRI A FIRMANDO QUE SUS OPOSITORES DECLINARÁN A SU FAVOR Y DEL PAN UN DISCURSO EMOTIVO ENCAMINADO A LA ESPERANZA Y DESARROLLO	La imagen del simulacro del PREP es el que ocupa mayor parte de la portada con el titular “aprueba IEM el voto por voto.	(+) PRI (+) PAN (+) PRD

ENCUADRE 15 DE NOVIEMBRE EN *CAMBIO DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI, PAN Y PRD	ANULAR ELECCION: SILVANO; FAUSTO POR RECONCILIAR	La nota surge una vez de que se ha dictaminado oficialmente el porcentaje de mayoría a favor del PRI. Los dos partidos opositores a éste piden la anulación de la contienda electoral al afirmar que tanto recursos federales como de la delincuencia influyeron en que ganara el <i>tricolor</i> .	(-) PRI

ENCUADRE 31 DE AGOSTO EN *LA VOZ DE MICHOACÁN*

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI, PAN Y PRD	EL ENCABEZADO ES “INICIA LUCHA POR EL ESTADO”	Desde el propio titular ya se da una idea de que lo que vendrá en los siguientes días será eso precisamente, una lucha. Debajo del titular se presentan las tres fotos de los candidatos. Comenzando con Silvano Aureoles y <i>su apuesta al desarrollo social</i> ; en medio Fausto Vallejo, <i>ofrece campaña de respeto</i> ; y de Luisa María Calderón se destaca <i>rinde tributo a los caídos 15-S</i> . El papel emotivo se manifiesta en los tres casos perfilando su campaña en el mismo sentido.	(+) PRI (+) PAN (+) PRD

ENCUADRE 5 DE SEPTIEMBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI Y PAN	NUEVAMENTE EN LA PORTADA APARECE A UN LADO DE LA CABECERA LA “EFE DE FAUSTO” SEGIDO DEL TÍTULO “CRIMEN INHIBE CANDIDATURAS”	Se presenta como información relevante la preocupación por el alto índice de inseguridad que traería consecuencias tales como la falta de contendientes para ciertos municipios del Estado. Del PAN se destaca en una nota que por el tamaño resulta menos relevante en la que aparece “Van con <i>Cocoa</i> 45 organizaciones sociales indígenas”	(+) PRI (+) PAN

ENCUADRE 8 DE SEPTIEMBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI	“FISCALIZAN GASTOS DE LOS DIPUTADOS” TITULAR QUE SOBRESALE. AUN LADO LA FOTO DE UN PARTIDO AMISTOSO DE LA SELECCIÓN MEXICANA VS CHILE.	En la nota se presume que tal vez hubo un desvío de recursos estatales a las precampañas políticas de 2011.	(-)

ENCUADRE 12 DE SEPTIEMBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI	NUEVAMENTE A UN LADO DE LA CABECERA DEL PERIÓDICO APARECE LA “EFE DE FAUSTO” UN TITULAR A DESTACAR EN PORTADA ES “HAY CANDIDATOS DEL PRI, CON EL CRIMEN”	El líder nacional del PRD fue quien afirmó que habrían de denunciar a los aspirantes del <i>tricolor</i> a ediles que tuvieran algún nexo con la delincuencia.	(+)

ENCUADRE 19 DE SEPTIEMBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI, PAN Y PRD	SE VULEVE A LA IMAGEN A UN LADO DE LA CABECERA DEL PERIÓDICO DE LA “EFE DE FAUSTO”. EL TITULAR A DESTACAR FUE SOBRE LA EDUCACION “FALTAN MAESTROS EN 2 MIL ESCUELAS. ASÍ COMO LAS NOTAS SECUNDARIAS DE LOS CANDIDATOS DEL PRD QUIEN ASEGURA QUE HAY DESVIO DE DINERO POR PARTE DEL PAN; Y AL PAN PRESENTANDO SU TARJETA DE COMPROMISO CON EL GOBIERNO “LA GANADORA”	Se plantean en la agenda al menos tres temas, la educación el desvío de recursos por parte de los que hasta el momento se encuentran en algún cargo político y el marco de ilegalidad frente al cual se ofrecen beneficios a los seguidores del PAN por medio de una tarjeta.	(+) PRI (-) PAN (-) PRD

ENCUADRE 25 DE SEPTIEMBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
_____	A LA CARGA, 7,985 ASPIRANTES, TÍTULO CON EL QUE SE HACE REFERENCIA A QUE INICIA EL PROCESO DE CAMPAÑAS PARA PRSIDENTES MUNICIPALES Y DIPUTACIONES EN LA ENTIDAD	La nota destaca en parte del contenido total de la misma: “las campañas electorales entran en calor. Tras 25 días en que los candidatos a gobernador hicieron campaña “solos”... Si bien se entiende que no ha sido de tal manera porque cada candidato ha sido acompañado de representantes nacionales de cada uno de los partidos contendientes.	(+) PRI (+) PAN (+) PRD

ENCUADRE 10 DE OCTUBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PAN Y PRD	CON DECLARACIONES DE MIEMBROS DE	Mientras uno refrendaba el apoyo, Josefina Vázquez Mota declara que el	(+)

	PARTIDOS A NIVEL NACIONAL REITERAN EL APOYO A LOS CANDIDATOS EN LA ENTIDAD. "RETENDRA PRD EL ESTADO: EBRAD" "DEBE GOBERNAR UNA MUJER: JVM"	Estado no debe rendirse ante el crimen. Sigue presente en la agenda de los medios el tema de la seguridad y sobre el tema destaca todo lo que sucede en un mitin.	PAN (+) PRD
--	--	---	-------------------

ENCUADRE 11 DE OCTUBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
	SE PRIVILEGIA CONTENIDO CULTURAL EN LA PRIMERA PLANA PROMOVRIENDO EL FESTIVAL MÓRBIDO	Sólo aparece en nota pequeña la idea de una coalición entre partidos grandes para un cambio en México. El título que a su vez se destaca es el paro de labores del STASPE	(+-)

ENCUADRE 21 DE OCTUBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI, PAN Y PRD	POCOS 'CÓMOS' EN EL DEBATE	Los tres candidatos expusieron sus ideas en el debate realizado. El PAN asegurando que el Estado puede salir adelante con el orden; el PRD resaltando las fortalezas del Estado, lo anterior no dice más nada de ninguno de los dos, el orden determinó la línea de una especie de autoritarismo de la candidata, las fortalezas del Estado sin mencionar alguna sólo viene a ser una idea suelta. Se destacaron los ejes centrales de Fausto Vallejo en función del bienestar, del empleo, del desarrollo y de la seguridad.	(+-) PAN (+-) PRD (+) PRI

ENCUADRE 27 DE OCTUBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI	"FAUSTO EXHORTA AL PRI A NO CONFIARSE"	En la portada casi se presenta la nota completa del partido, donde asume una ventaja de siete puntos sobre su adversario	(+)

		<p>más cercano, que no mencionó. Asegurando Fausto al lado de Enrique Peña Nieto, que el PRI es el mejor partido, como se afirma en el pie de foto de la ilustración que aparece en la portada. Imagen peculiar donde en primer plano aparecer Peña Nieto y para no cortar la imagen su brazo izquierdo irrumpe con la nota de la columna en portada.</p>	
--	--	---	--

ENCUADRE 31 DE OCTUBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI, PAN Y PRD	<p>SE DESTACA EL CIERRE DE LOS JUEGOS OLÍMPICOS 2011.</p> <p>ADEMÁS UNA NOTA DE SEGURIDAD Y EN UN COSTADO DE LA PORTADA UNA ENCUESTA DE BLANCO Y ASOCIADOS DONDE SE PRESENTAN LOS TRES PARTIDOS 'AL PAREJO', SOBRESALIENDO POR UN PUNTO EL PRD.</p>	<p>Con la pregunta 'si hoy fueran las elecciones en Michoacán ¿por quién votaría?'</p> <p>La encuesta realizada vía telefónica presenta sus datos con una gráfica donde se ubican los partidos de la siguiente manera, el PRD con 34 por ciento; el PRI con 33 por ciento y el PAN con 33 por ciento.</p> <p>Pero la nota explica que tanto el PAN como el PRD se encuentran empatados en primer lugar de preferencia, tan sólo medio punto arriba de Fausto.</p>	<p>(+) PRD (+) PRI (+) PAN</p>

ENCUADRE 3 DE NOVIEMBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PAN	MATAN A EDIL DE LA PIEDAD	Es la nota más destacada en portada, donde tanto el título como la imagen revelan la importancia del hecho. Además se presenta una pequeña nota donde aseguran haber encontrado dos actas de escrutinio sin foliar en el IEM.	(+-)

ENCUADRE 6 DE NOVIEMBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRD	SOBRE EL CIERRE DE CAMPAÑA DE SILVANO	Los sumarios que aparecen sobre la foto panorámica del cierre de campaña de	(+)

	AUREOLES. SILVANO:CON TODO, VAMOS A GANAR	Silvano en la entidad hacen referencia al número de personas que asistieron, quiénes estuvieron, el candidato afirmando que ganara, la acusación de la intervención presidencial sin mayor explicación y la importancia de que Michoacán siga siendo bastión de la izquierda, aspecto decisivo además para la contienda de 2012.	
--	---	--	--

ENCUADRE 7 DE NOVIEMBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI Y PAN	LA PRIMERA PLANA SE PRESENTA EN DIVIDIDA PARA PONER EL CIERRE DE CAMPAÑAS EN MORELIA DEL PRI Y EL PAN. "PRI VOLVERÁ A GOBERNAR" Y DEL PAN QUE ES INEVITABLE EL CAMBIO	Los dos mensajes resultan uno solo si se leen con la franja que los divide. Mientras que de Peña Nieto se expresa que se necesitan gobiernos eficientes; <i>Cocoa</i> afirma que Michoacán ha sido gobernado irresponsablemente. Los sumarios dicen: El candidato del PRI-PVEM a la gubernatura cerró campaña respaldado por gobernadores y Peña Nieto, ante 100 mil almas. Vallejo afirmó que 'los pinos no votan en el Estado... El otro sumario expresa: un Morelia con 45 mil personas, <i>Cocoa</i> cerró campaña y dijo que será la gobernadora que cambie el rumbo del Estado. Vázquez Mota, Cordero y Creel coincidieron que Luisa María Calderón es la mujer valiente que Michoacán necesita para avanzar.	(+) PRI (-) PAN

ENCUADRE 9 DE NOVIEMBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

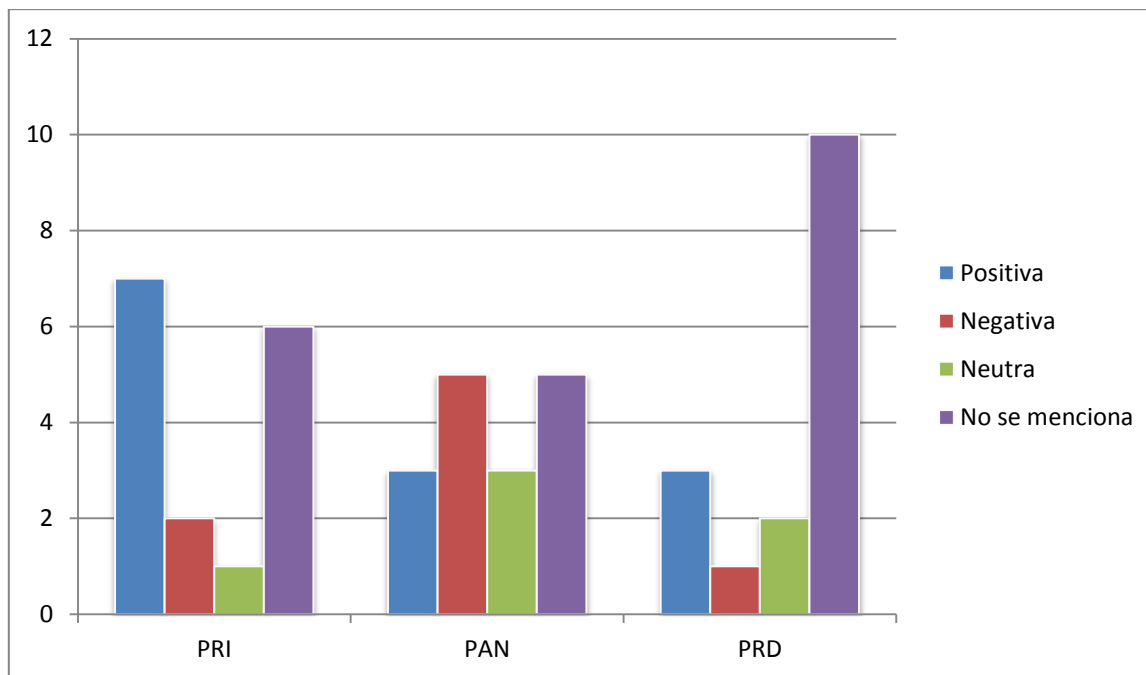
PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRD Y PAN	EL TÍTULO DICE: AUDIO EXHIBE AYUDA FEDERAL PARA EL PAN	El PRD se suma a la denuncia que hicieron los miembros del PRI ante la posible ayuda federal a la contienda de Luisa María Calderón	(-) PAN

ENCUADRE 15 DE NOVIEMBRE EN LA VOZ DE MICHOACÁN

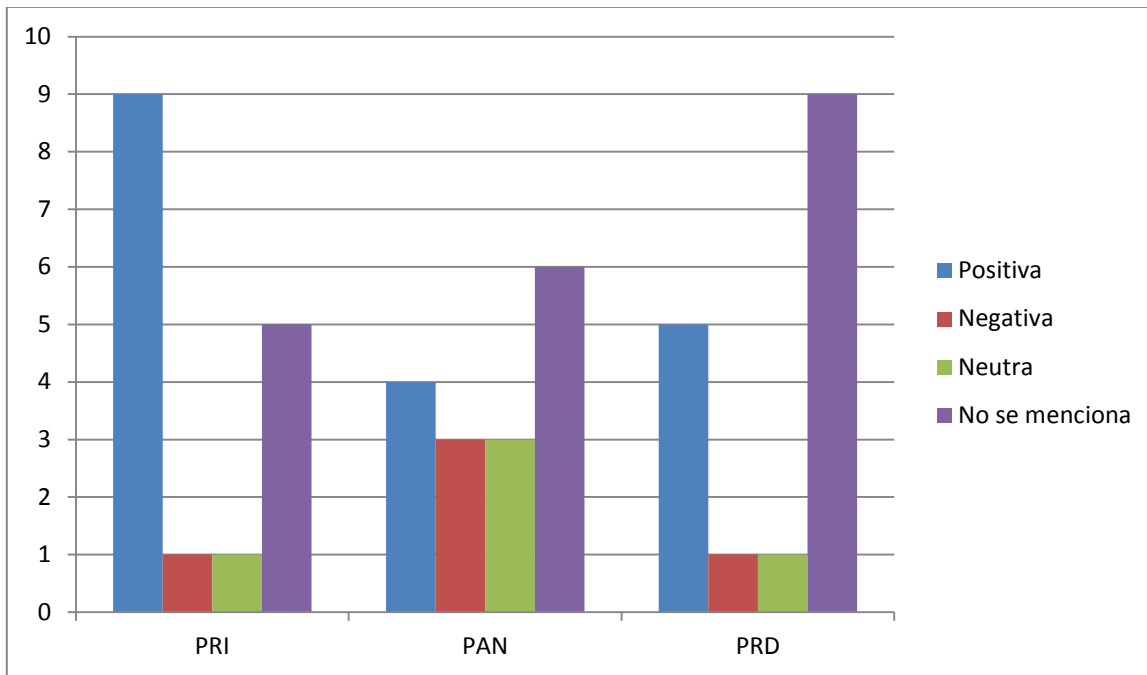
PARTIDO	ENCABEZADO EN PRIMERA PLANA	ATRIBUTO	VALORACIÓN
PRI, PAN Y PRD	TRIUNFA FAUSTO: PREP; PRD Y PAN IMPUGNARÁN	La nota, que se ubica en portada comienza con: el peso de la derrota electoral... Los candidatos opositores impugnarán la elección afirmando que durante la campaña grupos delictivos y condiciones de inequidad influyeron en la decisión final.	(+) PRI

De acuerdo a la valoración que se le ha dado a cada una de las primeras planas de los ejemplares seleccionados, atendiendo al atributo que destacan en el encabezado de primera plana es que se presenta a continuación la información de manera graficada con el fin de que se pueda percibir de manera clara la influencia y la tendencia de cada medio hacia determinados candidato por medio de sus ediciones en los días seleccionados en la campaña electoral a Gobernador 2011.

Información de los ejemplares seleccionados de *Cambio de Michoacán*



Información de los ejemplares seleccionados de *La Voz de Michoacán*



La valoración de los atributos se realizó en la medida en cómo los medios presentan el titular con la intención de demostrar que, a pesar de la línea editorial de los medios impresos, predomina determinada tendencia partidista. Constatando que a pesar de que el mensaje parezca negativo para determinado partido resulta ser un elemento defendible para el acusado, que lo coloca en una posición positiva frente a un llamamiento aparentemente negativo.

El siguiente recuadro tiene la finalidad cuantificar en ciertas fechas la frecuencia con la que cada partido aparece en las fechas que han sido seleccionadas en un intervalo de siete días, comenzando en septiembre 5 por el hecho de haber sido la fecha en la que aparece por vez primera en *La Voz de Michoacán* propaganda explícita del PRI, a favor del candidato a la Gobernatura de la entidad.

El análisis cuantitativo parte del primer análisis de atributos donde se observa la predominante aparición del Partido Revolucionario Institucional y servirá para hacer una comparación de la carga informativa de cada medio elegido para la presente investigación.

De tal manera los días elegidos fueron:

Septiembre	Octubre	Noviembre
5	3	7
12	10	
19	17	
26	24	

4.3 Cambio de Michoacán.

DÍA	CANDIDATO	VECES QUE APARECE EL MISMO DÍA Y LUGAR EN EL DIARIO	IMAGENES	ESPACIO
05/09	Silvano Aureoles	Primera plana Página 5. Dos notas relacionadas Página 8. Contienda deportiva como lo título el diario. Página 10. Comentarios políticos.	1 1 1 1	Un espacio repartido entre los tres candidatos. Toda una plana. Toda una plana. Espacio de opinión.
05/09	Luisa Ma. Calderón	Primera plana Página 4. Mitin en Morelia Página 6. Acto de campaña Página 10. Comentarios políticos.	1 1 1 1	Espacio repartido entre los tres candidatos. Toda la plana. Toda la plana. Espacio de opinión.
05/11	Fausto Vallejo	Primera plana Página 2. Fausto en reunión con Antorcha Campesina.	1 1	Espacio repartido entre los tres candidatos. Media plana. Una plana.

		Página 7. Entrevista con <i>Cambio de Michoacán</i> .	1	Espacio de opinión.
		Página 10. Comentarios políticos.	1	
12/09	Silvano Aureoles	Página 9. Mitin Zacapu.	2	Una plana.
		Página 10. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión.
12/09	Luisa Ma. Calderón	Página 10. Acto de campaña.	2	Casi una plana.
		Página 10. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión
12/09	Fausto Vallejo	Página 11. Mitin Tacámbaro.	1	Lo equivalente a dos columnas de 5 con que diagrama el medio.
		Página 10. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión.
19/09	Silvano Aureoles	Página 4. Mitin Carácuaro.	1	Mitad de la plana.
		Página 8. Propuestas de la semana.	1	Una plana para los tres candidatos.
		Página 10. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión.
19/09	Luisa Ma. Calderón	Página 5. Mitin Apatzingán.	1	Casi una plana.
		Página 8. Propuestas de la semana.	1	Una plana para los tres candidatos.
		Página 10. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión.
19/09	Fausto Vallejo	Página 8. Propuestas políticas.	1	Una plana para los tres candidatos.
		Página 9. Niega Fausto Vallejo desvío de recursos.	1	Lo equivalente a dos columnas de cinco que diagrama el periódico.
		Página 10. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión.
26/09	Silvano Aureoles	Primera plana.	1	En su mayoría hace alusión al PRD.
		Página 3. Lo que los ciudadanos piden a los	2	En el espacio de una plana se hace alusión a los tres

		candidatos en las giras por el Estado.	1	candidatos.
		Página 4. Mitin en Pátzcuaro.	1	Media plana.
		Página 8. Actos de campaña	1	Plana completa.
		Página 16. Comentarios políticos.		Espacio de opinión.
26/09	Fausto Vallejo	Página 3. Lo que los ciudadanos piden a los candidatos en las giras por el Estado.	1	En el espacio de una plana se hace alusión a los tres candidatos.
		Página 5. Inserción de publicidad a favor del candidato.	7	Una plana completa.
		Página 11. Actos de campaña.	2	Plana completa.
		Página 17. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión.
26/09	Luisa Ma. Calderón	Página 3. Lo que los ciudadanos piden a los candidatos en las giras por el Estado.	1	En el espacio de una plana se hace alusión a los tres candidatos.
		Página 10. Actos de campaña.	1	Plana completa.
		Página 17. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión.
03/10	Silvano Aureoles	Página 3. Actos de campaña	1	Plana completa.
		Página 11. Firman acuerdo de propuestas para un buen gobierno en Michoacán.	1	Lo equivalente a tres de cinco columnas.
		Página 14. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión.
03/10	Fausto Vallejo	Página 5. Mitin en Jacona.	2	Plana completa.
		Página 11. Firman acuerdo de propuestas para un buen gobierno en Michoacán.	1	Lo equivalente a tres de cinco columnas.
		Página 14. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión.
03/10	Luisa Ma. Calderón	Página 6. Mitin en Tancítaro.	1	Plana completa.
		Página 11. Firman acuerdo de propuestas para un buen gobierno en Michoacán.	1	Lo equivalente a tres de cinco columnas.
		Página 14. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión.

10/10	Luisa Ma. Calderón	Primera plana.	1	La foto, el titular y la entrada de la noticia ocupan bastante espacio en la portada, dentro de un recuadro en el que la otra mitad la ocupa el PRD.
		Página 9. Actos de campaña.	1	Plana completa.
		Página 14. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión.
10/10	Silvano Aureoles	Primera plana.	1	La foto, el titular y la entrada de la noticia ocupan bastante espacio en la portada, dentro de un recuadro en el que la otra mitad la ocupa el PAN.
		Página 7. Actos de campaña.	2	Plana completa.
		Página 14. Comentarios políticos.	1	Espacio de opinión.
		Página 16. Reunión con líderes de partido.	2	Con dos fotografías y una pequeña nota se ilustra en la parte superior de la página.
10/10	Fausto Vallejo	Página 11. Actos de campaña en Lázaro Cárdenas.	1	Media plana.
			1	Espacio de opinión.
		Página 14. Comentarios políticos.		
17/10	Silvano Aureoles	Página 6 .Convivencia con sector deportivo.	1	Casi una plana, ya que a un costado aparece publicidad del festival de cine.
		Página 8. Sección de propuestas de la semana.	1	Ocupa toda la plana.
		Página 11. Gira de campaña por Penjamillo, Panindícuaro y Angamacutiro.	2	Plana completa.
			1	Espacio de opinión.
		Página 12 Comentarios políticos.		
17/10	Fausto Vallejo.	Página 7. Mitin con sector obrero.	1	Lo equivalente a dos columnas de cinco que tiene el diario.
			1	
		Página 8. Sección de propuestas de la semana.	1	Ocupa toda la plana.
		Página 10. Reunión con transportistas y el	1	Plana completa

		Sindicato de Limpia. Página 12. Comentarios políticos.		Espacio de opinión.
17/10	Luisa Ma. Calderón	Página 8. Sección de propuestas de la semana. Página 9. Mitin en Arteaga. Página 12. Comentarios políticos.	1 1 1	Ocupa toda la plana. Casi una plana completa. Espacio de opinión.
24/10	Silvano Aureoles	Primera plana. Página 8. Reunión con candidatas a las diputaciones y alcaldías. Página 9. Mitin Churumuco. Página 16. Comentarios políticos.	1 1 6 1	Mitad de la primera plana. Plana completa. Plana completa. Espacio de opinión.
24/10	Luisa Ma. Calderón	Página 10. Mitin en Ziracuaretiro. Página 16. Comentarios políticos.	1 1	Plana completa. Espacio de opinión.
31/10	Luisa Ma. Calderón	Primera plana. Página 8. Mitin en Pátzcuaro. Página 15. Comentarios políticos.	1 2 1	Parte inferior del diseño de la primera plana. Plana completa Espacio de opinión.
31/10	Fausto Vallejo	Página 9. Mitin en Coahuayana. Página 15. Comentarios políticos.	1 1	Nota equivalente a dos de cinco columnas. Con el titular que abarca las cinco columnas de diario. Espacio de opinión.
31/10	Silvano Aureoles	Página 10. Gira por Tepalcatepec, Buenavista y Apatzingán. Página 15. Comentarios políticos.	1 1	Plana completa. Espacio de opinión.
07/11	Luisa Ma. Calderón	Primera plana. Página 10 y 11. Actos y cierre de campaña.	1 7	Plana dividida entre PAN y PRI. Las dos páginas.
07/11	Fausto Vallejo	Primera plana Página 3. Inserción de publicidad a favor del	1	Plana dividida entre PAN y PRI. La publicidad abarca toda la

		candidato.	3	plana.
		Página 6. Cierre de campaña en Morelia.	4	Toda la plana.
		Página 7. Rueda de prensa.	1	Casi la plana completa, en la parte inferior un cintillo con publicidad.
		Contraportada. Inserción publicitaria favor del candidato.	1	La inserción abarca toda la plana.
07/11	Silvano Aureoles	Página 5. Inserción de publicidad a favor del candidato.	1	Media plana inferior.
		Página 8. Cierre de campaña.	3	Con la inserción publicitaria serían tres las imágenes y junto con la nota abarcan casi una plana.

En el recuadro se evidencia que el periódico *Cambio de Michoacán* en su carga informativa privilegió de manera significativa las imágenes para el Partido Revolucionario Institucional, llegando a publicar 10 u 11 imágenes en una sola edición a favor del Candidato priísta, por el contrario, fueron mucho menores las apariciones del Partido Acción Nacional, solamente se registró un día en el que se le publicaron 8 imágenes y fueron de su cierra de campaña.

En lo que se refiere al Partido de la Revolución Democrática se registró un día en el que se publicaron 9 imágenes. La frecuencia de imágenes fue constante, solamente un día dos pero el común fue de 3 a 6 imágenes. Para el PAN por el contrario osciló entre 2 y 3 imágenes y casi siempre en apareció en páginas de la entre la 8 y la 15, apareciendo pocas veces entre la página 3 y la 6.

Lo anterior resulta importante en el entendido de la diagramación del diario, y de cualquier medio impreso, en el que la información se jerarquiza siempre y en tiempos electorales esa jerarquización viene dada con mayor importancia por la aparición del candidato y por el espacio que se le dedica en la edición impresa. En este sentido el PRD apareció en páginas por lo regular pares, y con mayor frecuencia en la página 8. El PRI apareció en las primeras páginas entre la 2 y la página 11.

En las ediciones que se tomaron para la elaboración del recuadro anterior hubo para cada partido un total de: PRI: 42 imágenes; PAN: 36 y PRD: 45. Lo cual denota que en la contienda no se consideró que el PAN tuviera mayor protagonismo para *Cambio de Michoacán*.

4.4 La Voz de Michoacán.

DÍA	CANDIDATO	VECES QUE APARECE EL MISMO DÍA Y LUGAR EN EL DIARIO	IMAGENES	ESPACIO
05/09	Fausto Vallejo Figueroa	Primera plana Página 8 y 9. Denunciando focos rojos en la entidad por causas de delincuencia organizada. Página 10. Mitin con Antorchistas. Contraportada. Publicidad a favor del gobernador.	1 1 2 4	A un lado de la cabecera del diario. Página 8 completa y una parte de la 9. Toda la plana Con el Lema "Michoacán merece respeto", se encuentra publicidad en toda la página a favor del candidato.
05/09	Silvano Aureoles Conejo	Página 6. Mitin en Zitácuaro. Página 9. Entrevista.	4 1	Toda una plana Un pequeño espacio en la parte superior derecha.
05/09	Luisa María Calderón Hinojosa	Página 11. Mitin en Morelia.	1	Casi la totalidad de la página, solamente hay un cintillo publicitario debajo.
12/09	Fausto Vallejo	Primera plana. Página 10 Visita a la Nueva Jerusalén en Turicato. Página 11. Esposa de Fausto Vallejo, la nota hace alusión al candidato.	1 4 1	A un lado de la cabecera del diario. Toda la plana Nota de media página
12/09	Silvano Aureoles	Página 6. Mitin en Zacapu.	3	Plana completa
19/09	Fausto Vallejo	Primera plana. Página 5. Presenta Fausto su nueva tarjeta	1 1	A un lado de la cabecera del diario.

		electrónica denominada "la efe".	1	Casi la plana completa.
		Página 8 mitin en Epitacio Huerta.	6	Plana completa.
		Página 19. Inserción de publicidad a favor del candidato.		Toda la plana.
19/09	Silvano Aureoles	Primera plana. Mitin en Huetamo.	1	Un recuadro a manera de llamado a una nota interna.
		Página 10. Actos de campaña.	1	Toda la plana.
19/09	Luisa Ma. Calderón	Primera plana. Presenta su tarjeta <i>La Ganadora</i> .	1	Un recuadro a manera de llamado a una nota interna.
		Página 11. Mitin en Apatzingán.	1	Lo equivalente a dos de cinco columnas y una foto.
26/09	Fausto Vallejo	Primera plana.	1	A un lado de la cabecera del diario
		Página 8. Mitin en Morelia y Lázaro Cárdenas.	4	Toda la plana
		Página 9. Esposa de Fausto hace proselitismo.	1	Lo equivalente a una columna del diario. Aunque el encabezado de la nota abarca el ancho de la página.
		Página 17. Publicidad sobre los municipios visitados por el candidato.	7	Plana completa.
26/09	Silvano Aureoles	Página 10. Gira en Apatzingán.	1	Una página completa.
		Página 11. Líder moral del PRD.	1	Casi toda la página, solamente en la parte inferior se encuentra un cintillo con publicidad.
		Página 20. Mitin en Apatzingán.	1	Lo equivalente a 3 de 5 columnas diagramadas por el diario.
26/09	Luisa Ma. Calderón	Página 12. Mitin en Uruapan.	2	Toda la página.
		Página 13. Sobre la campaña de la candidata.	1	Mitad de la página.
03/10	Fausto Vallejo	Página 8. Mitin en La Piedad.	1	Plana completa
		Página 9. Líder priista habla sobre Fausto Vallejo.		Casi toda la página, solamente en la parte inferior se encuentra un cintillo con publicidad.
03/10	Silvano Aureoles	Página 10. Gira por Los Reyes.	1	Toda la página

03/10	Luisa Ma. Calderón	Página 11. Gira por el municipio de Tancítaro.	1	Casi toda la página, solamente en la parte inferior se encuentra un cintillo con publicidad.
10/10	Silvano Aureoles	Primera plana.	1	Aparece tanto foto como encabezado debajo de la cabecera compartiendo espacio con la nota del PAN.
		Página 12. En la plaza José María Morelos.	3	Toda la plana.
		Página 13. Reunión de líderes del PRD.	3	Casi toda la página, solamente en la parte inferior se encuentra un cintillo con publicidad.
10/10	Luisa Ma. Calderón	Primera plana.	1	Aparece tanto foto como encabezado debajo de la cabecera compartiendo espacio con la nota del PRD.
		Página 10. Mitin en la plaza monumental de Morelia.	4	Toda la página.
10/10	Fausto Vallejo	Página 8. Mitin en Lázaro Cárdenas.	1	Toda la página
		Página 9. Nota de la esposa del candidato.		Pequeña nota en la que destaca el titular del ancho de la página que dice: Fausto, igual a honestidad.
17/10	Fausto Vallejo	Página 12. Gira por Zitácuaro.	2	Toda la plana.
17/10	Luisa Ma. Calderón	Página 14. Gira por Arteaga.	1	Lo equivalente a 3 de 5 columnas que tiene el periódico.
17/10	Silvano Aureoles	Página 15. Mitin en Panindícuaro.	1	Toda la plana.
24/10	Fausto Vallejo	Página 6. Mitin Pátzcuaro.	2	Toda la plana.
		Página 28. Sección <i>Semana Política</i> .	1	Plana completa.
24/10	Silvano Aureoles	Página 8. Mitin Arteaga.	1	Toda la plana.
		Página 16. Acto de campaña.	1	Plana completa
		Página 28. Sección <i>Semana Política</i> .	1	Plana completa
24/10	Luisa Ma. Calderón	Página 11. Mitin en Ziracuaretiro.	1	Lo equivalente a tres columnas de cinco.
		Página 28. Sección <i>Semana Política</i> .	1	Plana completa.
31/10	Silvano Aureoles	Página 3. Inserción en contra del PAN.		La publicidad abarca toda la plana.

31/10	Luisa Ma. Calderón	Página 12. Gira por Pátzcuaro.	1	Toda la plana.
31/10	Fausto Vallejo Figueroa	Página 5. Mitin en Coahuayana.	1	Plana completa.
		Página 9. Gobernador de Nayarit afirma que Fausto es la mejor opción.	1	Casi la plana completa, solamente debajo de la nota aparece un cintillo de publicidad.
		Página 17. Inserción de publicidad a favor del partido.	5	La publicidad abarca toda la plana.
07/11	Fausto Vallejo Figueroa	Primera plana.	3	Se divide la primera plana entre PRI y PAN.
		Página 7. Inserción de publicidad a favor del partido.	3	La publicidad abarca toda la plana.
		Página 12 y 13. Cierre de campaña.	4	Abarca las dos planas.
		Página 28. Sección <i>Semana Política</i> .	1	Dos páginas.
		Contraportada	1	Publicidad que abarca la plana completa.
07/11	Silvano Aureoles	Página 10. Mitin en Zitácuaro	1	Plana completa.
		Página 22. Inserción de publicidad a favor del candidato.	1	Media plana.
		Página 28. Sección <i>Semana Política</i> .	1	Dos páginas.
07/11	Luisa Ma. Calderón	Primera plana.	3	Se divide la primera plana entre PRI y PAN.
		Página 6 y 7. Cierre de campaña.	3	Abarca las dos planas completas.
		Página 14. Actos de campaña.	2	Dos notas que abarcan la plana completa.
		Página 28. Sección <i>Semana Política</i> .	1	Dos páginas

En el recuadro de *La Voz de Michoacán* se evidencia con mayor énfasis la frecuencia que tanto en imágenes como en aparición dentro de las primeras páginas del diario una carga informativa a favor de un solo candidato. Los resultados arrojaron un total de 62 imágenes del PRI contra 28 del PRD y 25 del PAN. Estamos hablando de prácticamente la mitad o poco más de imágenes del PRI en los diarios seleccionados, lo anterior refleja la clara posición de medio.

En lo que se refiere a la aparición en las primeras páginas se encontró que el partido más relegado dentro de la carga informativa fue el PRD mientras que las notas o inserciones de publicidad del PRI fue repartida en todo el periódico, desde la primera plana, páginas como la 5,8,9,17,19 hasta la contraportada del diario. Finalmente el PAN no obtuvo mayor relevancia, siendo notable tanto su permanencia entre las páginas 10, 12 o 13 como la no aparición ni mención del partido.

El análisis de contenido ha permitido confirmar los datos expuestos en el análisis de atributos. En estos cuadros el lector puede inferir la distribución de los datos que se vacían y la frecuencia con que aparecen los candidatos en la agenda del medio impreso. La selección de los ejemplares para los recuadros ha obedecido un muestreo intencional o por conveniencia.¹¹⁸

¹¹⁸ El investigador selecciona directa e intencionadamente los individuos de la población. El caso más frecuente de este procedimiento es el utilizar como muestra los individuos a los que se tiene fácil acceso. [en línea] Disponible en: <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf> [consultado: abril de 2013]

Conclusiones

1.- El derecho a la información es uno de los aspectos más relevantes en materia de derechos del hombre, tan es así que el bien jurídico tutelado referente a la libertad de expresión se practica y se enriquece con todos los elementos protectores. Desde esta postura, sobresale de una forma muy singular la idea de la tradición de la libertad de expresión, que se ve manifestada en todas las connotaciones jurídicas.

2.- En la presente investigación se partió de la premisa de que “no existen dos elecciones iguales”,¹¹⁹ ya que se establece una marcada relación entre los temas que poseen mayor consenso en la población así como aquellos que pudiesen generar mayor controversia. Es como la agenda de los candidatos se construye a partir de los medios y de sus opositores, en el sentido de saber identificar las debilidades del otro.

3.- Desde las ciencias de la comunicación se han planteado hasta hoy tres formas de enfocar teóricamente la publicidad: 1) sus consecuencias: los estudios de audiencias, de recepción, su influencia en el público televidente y la vida cotidiana; 2) desde la emisión y la intencionalidad de los medios, sus círculos de poder e intereses económicos, la manipulación y la conformación de la opinión pública; y 3) sus causas: los emisores del mensaje, el mensaje, la necesidad de comunicar algo a alguien y las tareas que el emisor publicitario asigna al mensaje.

Aunado a estos enfoques se han ensayado funcionalmente técnicas como la *agenda setting* (fijación de la agenda pública) y el *priming* (efecto de persuasión). En síntesis, el mensaje publicitario se ha abordado desde los análisis lingüístico, temático, de contenido y estratégico. El estudio de la *agenda setting* es un enfoque teórico a través del cual se ha tratado de estudiar el mensaje y el contenido temático de éste en los medios de comunicación impresos.

4.- En el caso de la teoría de la *agenda setting*, se ha abordado considerando la agenda de atributos, enfocando la investigación a la importancia del candidato en

¹¹⁹ García Beaudoux, Orlando D'Adamo y Gabriel Slavinsky, Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales, Gedisa, colección libertad y cambio, Barcelona, 2005. p. 75.

el diario y los temas objeto de debate o controversia por medio de los cuales pretenden llegar a la audiencia de una manera eficaz, es decir, atendiendo los temas que el medio ha puesto en la mesa y que el político desglosa.

Estos temas son los que el profesional de la información (quien edita) y la línea editorial han marcado como los temas más destacados de un hecho noticioso:

Si bien es cierto que los medios se han vuelto instrumentos de los políticos pero también de empresarios. Los medios están en la política. En ese terreno hay que juzgarlos y no pensar que son meros mensajeros de la realidad. Lo son, pero también de quienes son sus dueños, de los intereses que estos representan.¹²⁰

5.- La libertad de expresión, pese a sus controvertidas aristas, tiene en un medio de comunicación alcances que llegan a tocar marcos de ilegalidad, ya que por una parte se privilegia la labor del periodista en el sentido de no coartar su libertad de expresión y por otro lado no llega a ser tal esa libertad cuando se encuentra sometida a diversos condicionantes por el hecho de pertenecer a determinada empresa (línea editorial).

6.- A pesar de la inmediatez que ofrecen los otros medios, como la televisión o el internet, los diarios impresos atienden más a la reflexión y profundidad en la investigación ya que:

...the person who reads the paper after work is “not looking for an article that says, ‘The president said...’ or ‘Congress approved the law,’ that he has already seen throughout the day,” but rather, the reader wants “a long analysis, well-written and well-documented. . . . It might take you twenty minutes to read, and when you finish reading it, you think about it and generate your own opinion about it.”¹²¹

¹²⁰ Medina Viedas, Jorge, *Los medios en la política*, Ediciones cal y arena, México, 2000. p. 16

¹²¹ ...La persona que lee el periódico después del trabajo “no está buscando un artículo que diga ‘El presidente dijo’... o ‘El Congreso aprobó la ley,’ que ha visto a su alrededor todo el día,” sino más bien, el lector quiere “un largo análisis, bien redactado y bien documentado...Esto puede llevar veinte minutos, y cuando se termina de leer, piensas acerca de ello y generas tu propia opinión acerca al respecto. Fragmento de la entrevista que Ella McPherson le hizo a un editor del periódico *El Universal*. Artículo “Spot News Versus

Si bien los medios al organizar la comunicación humana parten de este tipo de postulados, ofreciendo un tipo de análisis mayor, ellos no solamente dan cuenta de los hechos noticiosos que rodearon la jornada de trabajo del periodista sino que ofrecen al lector el producto de una investigación realizada con el fin de, mediante su imparcialidad,¹²² brindar elementos para que las personas generen su propia opinión de lo acontecido.

7.- Aunque se encuentran regulados los medios de comunicación durante periodos electorales, en ocasiones pasan inadvertidos elementos que violan la norma y que incluso se han vuelto inherentes a cada proceso electoral, tanto en el ámbito federal como en el Estado de Michoacán y en cada entidad federativa. El Código Electoral tanto Federal como el de Michoacán de Ocampo prohíben, por llamarlo de alguna manera, la “guerra sucia” entre los candidatos para una elección popular; en la realidad se puede ver, a través de los diarios, que cada candidato se prepara, e incluso lo anticipa públicamente, para los peores ataques una vez que se acerca el día de la elección.

8.- Las campañas electorales son el mejor campo de ejemplo que se ha querido presentar para afirmar que en la práctica los medios parcialmente buscan influir en el público siguiendo las agendas de los periódicos que tienen que ver con posturas ideológicas determinadas.

No se trata de decir que el medio impreso de alguna manera mienta, pero sí que la información que destaca a través de sus notas en primera plana así como en las primeras páginas, hacen que el hecho noticioso sea diferente en el entendido de cómo es que se jerarquiza y aborda la noticia que finalmente delinearán la agenda del público.

9.- Se puede cuestionar, entonces, si en verdad los medios impresos cumplen con el papel de informadores o bien sólo son el medio a través del cual se privilegia

Reportage: Newspapers Models, the Distribution of Newsroom Credibility, and Implications for Democratic Journalism in México”, Recuperado de International Journal of communication, Ella McPherson, University of Cambridge, 2012. p.12. Traducción de la autora del presente trabajo de investigación.

¹²² Tomando en cuenta los principios de *La Voz de Michoacán y Cambio de Michoacán*.

cierta información y se impone determinado punto de vista. De acuerdo al análisis se determinó que en efecto las primeras planas de *La Voz de Michoacán* y *Cambio de Michoacán*, abiertamente privilegiaron información del candidato a la gubernatura del PRI; en el interior del periódico también fueron evidentes las constantes inserciones publicitarias, así como las notas que sobre Fausto Vallejo Figueroa se publicaron y que la mayoría de las veces se presentaron en las primeras páginas del diario.

En *Cambio de Michoacán*, basándonos en su portada, podemos inferir que su línea ideológica se inclina por el PRD, y aunque en el análisis de contenido y de evaluación del atributo resultaron menores los espacios que le dedicaron al PRI, también se encontró la misma publicidad, aunque con menor frecuencia que en *La Voz de Michoacán*.

10.- Se concluye que el marco referencial que nos suministran los medios influye en la opinión pública, no diciendo qué debe pensar, pero sí sobre qué debe pensar en concordancia en cómo el medio ha presentado la información y ha privilegiado ciertas características omitiendo otras.

11.- La importancia de realizar este tipo de estudios desde la visión del Derecho de la Información, disciplina que abarca el derecho a la información y la libertad de expresión, viene a ser una contribución de los profesionales del área para mantener el monitoreo y el interés por aportar elementos que tiendan a crear un contexto hacia la mejora de la cobertura.

12.- La cobertura responsable y plural por parte de los profesionales es indispensable para lograr que los lectores cuenten con la mejor información, en las condiciones más objetivas que le permitan una elección más reflexionada como producto de investigaciones que atiendan a la veracidad y realidad de los hechos.

La opción que se plantea a través de los resultados es crear, a través de un monitoreo constante de medios, elementos que ayuden a que los ciudadanos se informen de manera plural sobre los acontecimientos considerados noticiosos, ya

que el encuadre que se realizó a través del estudio evidencia una clara tendencia a influir en el sector de la opinión pública.

13.- Existen diversos hechos violatorios, como informaciones que el medio ha publicado, en especial *La Voz de Michoacán*, en el sentido de que, como empresa particular, no puede participar a favor de ningún candidato durante las campañas electorales, ni en las precampañas a través del medio impreso, que si bien es cierto que posee una postura ideológica bastante definida, ésta no debe interferir en el derecho a la información que poseen todos los ciudadanos.

14.- Aunque la normativa sea clara y el Código Electoral del Estado de Michoacán regule determinados actos por parte de los medios y de los mismos partidos, la realidad resulta otra, misma que se ha expuesto a través del monitoreo que se ha realizado en la presente investigación, donde hay una clara discrepancia entre aquello que es permitido por la legislación local en materia electoral y aquello que realmente se realiza a través de los medios de comunicación impresos.

Recuérdese las ediciones de *La Voz de Michoacán* que tenían en su portada la F de Fausto Vallejo Figueroa, que publicándose a inicios de la campaña electoral no tuvo eco como elemento violatorio al Código Electoral, sino que pasó inadvertida por las autoridades competentes, aún y cuando la periodicidad de esta publicidad en la portada del diario fue notablemente evidente en el transcurso de la campaña.

15.- Se privilegia sin lugar a dudas la postura ideológica del medio, lejos de sus postulados de imparcialidad y pluralismo, destacando arbitrariamente hechos noticiosos dentro de su carga informativa, en la que, si bien la información es verídica, cuenta con una marcada inclinación partidista que, al pretender influir en el sector de la opinión pública, violenta derechos inherentes a todos los ciudadanos que acceden al medio.

De tal manera se concluye que los mensajes que crean los medios de comunicación impresos guardan estrecha relación con la línea editorial de los

periódicos y con la inclinación política de éstos, incidiendo en la opinión pública por medio de su contenido. Se destaca la imperante necesidad de crear un monitoreo constante de medios que abarque no sólo tiempos electorales, sino que manera permanente dé cuenta de las actividades favorables o perjudiciales de los medios en general.

Tomando en cuenta que los monitoreos que se han realizado hasta hoy solamente comprenden el periodo de precampaña y campaña electoral se deben considerar, sin embargo, los mensajes que puedan trastocar el marco que se comprende como ilegal en el Estado. También resultaría favorable para los mismos medios de comunicación de la entidad un esfuerzo por parte del profesional de la información para adoptar un mayor compromiso con su labor informativa que incide en la agenda del público.

Fuentes de información

a) Jurídicas

Artículo 6o. y 7o. de la Constitución Mexicana,
info4.juridicas.unam.mx/injure/fed/9/8.htm?s=, 13 de agosto de 2012

Artículo 7o. de la Constitución Mexicana, Instituto de Investigaciones Jurídicas,
info4.juridicas.unam.mx/injure/fed/9/8.htm?s=. 9 de julio de 2012.

Artículo sexto constitucional, <http://info4.juridicas.unam.mx/injure/fed/9/7.htm?s=>.
(Reformado mediante decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 13 de noviembre de 2007), 9 de julio de 2011.

Artículo 97 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, enero de 2013.

BOBBIO, Norberto, *El futuro de la democracia*, 3ª Edición, trad. de José F. Fernández-Santillán, Fondo de Cultura Económica, México, 2001.

Código Electoral del Estado de Michoacán, Congreso de Michoacán de Ocampo, Núm. 164, Morelia, Michoacán, última reforma diciembre de 2007.

CÓRDOVA Vianello, Lorenzo, *La reforma electoral y el cambio político en México*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, www.juridicas.unam.mx, p. 654. [en línea] Disponible en www.juridicas.unam.mx,

Declaración de Virginia, <http://bibliojuridicas.unam.mx/libros/2698/21.pdf>. 17 de octubre de 2012.

Declaración Universal de Derechos Humanos, Artículo 18, [en línea] Disponible en <http://www.un.org/es/documents/udhr/>. Enero de 2011.

Democracia Participativa. Visiones, avances y provocaciones, Universidad de Guanajuato, IFE y la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México, 2010.

DESANTES, José María, ¿libertad informativa o derecho de la información?,
Revista Cuenta y Razón, No. 6, Madrid, 1982.

Diccionario Electoral, Editorial E.L. Instituto Interamericano de los Derechos
Humanos, Costa Rica.

Diccionario Electoral, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, pp. 347-348.
http://www.buap.mx/portal_pprd/wb/fdcs/diccionario_electoral_completo,
mayo 2013

Memoria del Proceso Electoral Ordinario 2011 y Proceso electoral Extraordinario
del Ayuntamiento del Municipio de Morelia 2012, Tomo I, IEM,
[enhttp://www.iem.org.mx/index.php?option=com_phocadownload&view=cat
egory&id=129:registro-de-candidatos&Itemid=76](http://www.iem.org.mx/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=129:registro-de-candidatos&Itemid=76)

MUÑOZ Alonso, Alejandro y Juan Ignacio Rospir, (editores), Democracia
Mediática y Campañas Electorales, Ariel Comunicación, España, 1999.

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos
Humanos, Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos,
<http://www2.ohchr.org/spanish/law/ccpr.htm>. Noviembre 2012.

PÉREZ Pintor, Héctor, Enfoque Nacional e Internacional del Derecho a la
Información en México, en Derechos Fundamentales y Estados de
Excepción, Héctor Chávez Gutiérrez y Rosa María de la Torre Torres
(Coord.), Colección de Estudios Jurídicos, Serie: Derechos Fundamentales,
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Facultad de Derecho y
Ciencias Sociales, 2010.

Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de
Ocampo, Dir. Lic. Vicente Martínez Hinojosa, Núm. 36, Morelia, mayo de
2012.

PERSCHARD, Jacqueline, Transparencia y partidos políticos, Cuadernos de
transparencia 08, Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección
de Datos.

ROSPIR, Juan Ignacio en Muñoz-Alonso, “La globalización de las campañas electorales” Alejandro y Juan Ignacio Rospir (editores), Democracia Mediática y Campañas Electorales, Ariel Comunicación, España, 1999.

Senado de la República, LXII Legislatura, ELUNIVERSAL.com.mx, http://www.eluniversal.com.mx/graficos/pdf13/dictamen_telecomunicaciones.pdf, mayo 2013

VALDEZ Zepeda, Andrés, *El arte de ganar elecciones. Marketing del nuevo milenio*, Trillas, México, 2006.

WOLDENBERG, José, *Los partidos políticos y las elecciones de los Estados Unidos Mexicanos*, cap. I. El cambio político en México, Colección para Entender, Nostra Ediciones, México, 2006.

b) Comunicación

ALTHUSER, Louis, *Ideología y Aparatos Ideológicos de Estado*, http://www.ucm.es/info/eurotheo/e_books/althusser/index.html, enero-abril de 1969. 13 de agosto de 2012.

BEL MALLÉN, José Ignacio, *Derecho a la información y excepciones a los mensajes* en “Derecho de la Información” de José Ignacio Bel Mallén, Loreto Corredoira y Alfonso, Ariel, México, 2003.

BOHMANN, Karin, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, Editorial alianza, 2ª edición, México, 1994.

CARBONELL, Miguel, Ensayo “La libertad de expresión en la Constitución Mexicana”, Derecho Comparado de la Información, UNAM, México, núm. 3. <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/decoi/cont/3/art/art1.htm>. noviembre 2012

CARPISO, Jorge y Ernesto Villanueva, *Derecho a la Información. Propuestas de algunos elementos para su regulación en México*. Instituto de Investigaciones Jurídicas, <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/1/94/6.pdf>, 5 de enero de 2013.

CENDEJAS, Jáuregui Mariana, *El derecho a la información. Delimitación conceptual*, Biblioteca Jurídica Virtual, <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/decoi/cont/15/art/art1.htm>. 15 de diciembre de 2012.

CORRAL B., Fabián, *La libertad de expresión, derecho humano y fundamento de la democracia*, Edición 22, 2009.

CHIRINO Sánchez, Alfredo, *Libertad de expresión y ley penal*, Instituto Interamericano de Derechos Humanos, julio, 1999, <http://biblio.juridica.unam.mx/libros/4/1844/8.pdf>

EKMEKDJIAN, Miguel Ángel, *Derecho a la Información, Libertad de expresión, concepto constitucional de prensa, medios, censura previa, derecho a la intimidad y derecho de réplica*, Depalma editorial, Buenos Aires, 1992.

El Derecho a la información y sus enemigos, enclaves de razón práctica, n° 72, Madrid, mayo 1997, <http://www.juriconsulta.mx/index.php/jurisprudenciasSCJN/ViewTesis?ID=200/96>. 19 de septiembre de 2012.

GARCÍA Beaudoux, Orlando D'Adamo y Gabriel Slavinsky, *Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales*, colección libertad y cambio, Gedisa, Barcelona, 2005.

GARCÍA Cordero, Fernando, *Libertad de expresión y derecho a la información*. Ubijus, México, 2010.

GÓMEZ Gallardo, Perla (Coord.), *Acercamientos a la libertad de expresión. Diez visiones multidisciplinarias*, Fundación para la Libertad de Expresión, Editorial Bosque de Letras y Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México, 2010.

MARTÍN Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, Anthropos Editorial, España, 2010.

McPHERSON, Ella, "Spot News Versus Reportage: Newspapers Models, the Distribution of Newsroom Credibility, and Implications for Democratic Journalism in México", Recuperado: de International Journal of communication, University of Cambridge, 2012.

MEDINA, Viedas Jorge, Narcisismo y metamorfosis. Los medios y las elecciones del 2000, ensayo, <http://www.etcetera.com.mx/2000/374/jmv374.htm>. 9 de julio de 2012.

M. LORET, Damián, *Estándares Internacionales en materia de Libertad de Expresión*, Ponencia presentada en el Seminario Internacional sobre Derechos Humanos y Libertad de Expresión en México, San Luis Potosí, S.L.P., mayo 2006.

McCOMBS, Maxwell *Estableciendo la agenda*, El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Paidós Comunicación 170, España, 2006.

OWEN, Fiss, *Libertad de expresión y estructura social*, Fontamara, México, 1997.

RODRÍGUEZ Díaz, Raquel, *Teoría de la agenda-setting, aplicación a la enseñanza universitaria*, Se presenta como texto de consulta ya que presenta una amplia bibliografía de referencia al final del documento, <http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf>. Agosto 2011.

Revista Latina de Comunicación Social, 27 de mayo de 2000. Análisis lógico de hechos noticiosos, Dr. Raymond Colle. Pontificia Universidad Católica de Chile. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/126colle.html>, abril de 2013.

SÁNCHEZ-VICENTE, consuelo, entrevista a Pedro J. Ramírez, El poder de la prensa, temas de hoy, España, 2002.

TOUSSAINT Alcaráz, Florece, *Periodismo siglo diez y nueve*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2006.

TREJO Delabre, Raúl, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, ediciones cal y arena, México, 2001.

VILLAMIL, Jenaro, *El sexenio de Televisa. Conjeturas del poder mediático*, Grijalbo actualidad, México, 2010.

VILLANUEVA, Ernesto, *Derecho de la información*, Universidad de Guadalajara y Editorial Porrúa, México, 2006,

-----, *Ética de la radio y la televisión*, reglas para una calidad de vida mediática, UNESCO y Universidad Iberoamericana, México, 2000.

-----, *Derecho de Acceso a la Información Pública y Ética Periodística*, Instituto Prensa y Libertad, Intercontinental Editora, Paraguay, 2004.

-----, *Libertad Informativa. Los artículos 26 y 29 de la Constitución del Paraguay. Una perspectiva comparada*, Instituto Prensa y Libertad, Intercontinental Editora, Paraguay, 2004.

c) Otras

Cambio de Michoacán, versión impresa y electrónica
<http://www.cambiodemichoacan.com.mx/somos.php>. 2011-2013

CONILL Sancho, Jesús, *El Poder de la Mentira*, Editorial Tecnos, 2ª edición, Madrid, 2001.

Definición de diseño, <http://definicion.de/disenos/>, enero 2013

Definición de Propaganda Electoral, [en línea] Disponible en:
http://www.iidh.ed.cr/comunidades/redelectoral/docs/red_diccionario/propaganda%20electoral.htm, [consultado: 20 de diciembre de 2012]

Empresa Álamo, YouTube, <http://www.youtube.com/watch?v=NLFb8RTTDcU>, noviembre 2011.

Eleconomista.mx, <http://eleconomista.com.mx/deportes/2011/11/14/logo-pri-short-marquez-causa-polemica>. Noviembre 2011.

GUIRAUD, Pierre, *La Semiología*, Siglo XXI Editores, Trigésima Edición, 2008.

Historia de La Voz de Michoacán, edición del día 25 de diciembre de 2012.<http://www.vozdemichoacan.com.mx/la-voz-de-michoacan/>, noviembre 2011.

Hemeroteca, Ciudad Universitaria, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 10 de febrero de 2011.

La libertad de Expresión y los Estándares Internacionales,
<http://portal.sre.gob.mx/pcdh/librería/libro/9/01.pdf>

La Voz de Michoacán, edición impresa y electrónica, 2011-2013.
<http://www.vozdemichoacan.com.mx/>

Milenio Edición Nacional,
<http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/df459020b8bc4650dc0e8a988607955a>. Noviembre 2011.

Periodo Histórico 1910-1920, 1920-1938 y 1938-1958, [en línea] Disponible en
<http://www.economia.unam.mx/sua/site/materia/sem5/histecmexico2/anexo3.html>. Septiembre 2012.

PONCE, Gabriela, Curso propedéutico agosto 2010. Febrero 2011, División de Estudios de Posgrado, programa en Derecho de la Información, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia Michoacán.

Sección Nuestro Partido, página oficial del Partido Acción Nacional,
<http://www.pan.org.mx/>. 23 de marzo de 2013.

SARTORI, Giovanni, *¿Qué es la democracia?*, Editorial Taurus, Madrid, 2003.

WEBER, Max, *El Político y el Científico*, Editorial Alianza, Madrid, 1997.

-----, *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Punto de Lectura, México, 2006.

REVENGA, Sánchez, Miguel, *El imperio de la política, Seguridad nacional y secreto de Estado en el sistema constitucional norteamericano*, Editorial Ariel, España, 1995.

Anexos

Glosario

Se entenderá por:

Agenda pública: listado de temas que más preocupan e interesan a la opinión pública en determinado momento.¹²³

Campaña electoral: proceso estratégico en el que se ponen en marcha un conjunto de recursos organizativos, que involucran la planificación y ejecución de diversas actividades, con la expresa finalidad de ganar votos.¹²⁴

La campaña electoral es una fase del proceso electoral. Se lleva a cabo en el lapso que transcurre entre la convocatoria a elecciones y la votación. Generalmente se dispone de un periodo de 48 horas antes de la votación para intercalar una “jornada de reflexión”, que permita a cada elector, en un ambiente “desintoxicado” de mensajes contradictorios, tomar con tranquilidad la decisión que expresará en las urnas.¹²⁵

De acuerdo con el Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo una campaña electoral se define como el conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos políticos, coaliciones y candidatos registrados para la obtención del voto.¹²⁶

Las coaliciones son la unión transitoria de dos o más partidos políticos para participar en un proceso electoral. Los partidos políticos podrán formar coaliciones para las elecciones de Gobernador, de diputados y de ayuntamientos.

Las agrupaciones políticas también podrán participar en la conformación de coaliciones.

¹²³ García Beaudoux, Orlando D’Adamo y Gabriel Slavinsky, *Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales*, colección libertad y cambio, Gedisa, Barcelona 2005. p. 259.

¹²⁴ Ibidem. p. 259.

¹²⁵ Diccionario Electoral, concepto de *Campañas Electorales*

¹²⁶ Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo, artículo 70, capítulo quinto, de los gastos de campaña y la propaganda electoral. [en línea] Disponible en: http://www.congresomich.gob.mx/Modulos/mod_Biblioteca/archivos/715_bib.pdf, [abril de 2013]

No podrán contender en coalición los partidos políticos en el primer proceso electoral posterior a su registro.¹²⁷

Encuadre (framing): seleccionar solo algunos de los aspectos de una “realidad percibida” y volverlos más salientes en el texto que se comunica, promoviendo una definición particular de un problema, junto con su interpretación causal, su evaluación moral y/o la recomendación de cómo debe de ser tratado.¹²⁸

Discurso político: construcción persuasiva que permite la transmisión de una propuesta política, valiéndose tanto de palabras como de imágenes, uniendo lo verbal y lo visual.¹²⁹

Discurso político de campaña: cualquier manifestación, mensaje o expresión codificada en imágenes, gestos y/o palabras, dirigida de modo intencional a una audiencia –los votantes-, con la finalidad de persuadirla mediante la recomendación explícita o implícita de votar por una opción política y/o de no votar por otra, para favorecer a un candidato y/o partido en proceso electoral.¹³⁰

Establecimiento de la agenda (*agenda setting*): de los medios de comunicación de dirigir la atención pública hacia ciertos temas, que son presentados como los más importantes a cada momento. Como consecuencia, se sesga la atención del público hacia determinadas cuestiones en desmedro de otras.¹³¹

Framing estratégico: tipo de encuadre más frecuente en las campañas electorales, que consiste en presentar la información mediante actores protagonistas, sus motivaciones, ganancias y pérdidas definidas en términos personales.¹³²

¹²⁷ Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo, artículo 81, capítulo primero, de las coaliciones y candidaturas comunes. [en línea] Disponible en http://www.congresomich.gob.mx/Modulos/mod_Biblioteca/archivos/715_bib.pdf, [abril de 2013]

¹²⁸ García, Beaudoux, Op. cit. p. 260.

¹²⁹ Idem. p. 260

¹³⁰ Ibidem. p. 260-261.

¹³¹ Ibidem. p. 262.

¹³² Ibidem. p. 262.

La propaganda electoral adquiere una importancia decisiva en los *procesos electorales*. Se trata de una actividad lícita que influye decisivamente en la selección de los gobernantes, como lo demuestra el monto excesivo que los *partidos políticos* le dedican a ese rubro en la *campaña electoral*. Por esa razón, se requiere una regulación adecuada. Para intentar precisar el contenido y alcance de la regulación jurídica a esa actividad, decisiva en el *proceso electoral*, se intentará examinar someramente su noción, la libertad de expresión y la propaganda y finalmente sus límites.¹³³

¹³³ Diccionario Electoral, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, p. 700. [en línea] Disponible en: http://www.buap.mx/portal_pprd/wb/fdcs/diccionario_electoral_completo, [consultado mayo 2013]



LUISA MARÍA CALDERÓN, ACOMPAÑADA POR GERMANTINA LEÓN ESTAYAN, Y EL TITULAR DE LA SAN ABELARDO ESCOBAR

Van con 'Cocoa'
45 organizaciones sociales e indígenas

SERGIO LEWIS,
La Voz de Michoacán

Luisa María Calderón anunció el apoyo de organizaciones obreras, campesinas e indígenas durante acto masivo en la Plaza Morelos. La candidata de la alianza PAN-Peol aseguró que buscará políticas que ayuden a estos sectores a salir de las condiciones de pobreza en las que viven actualmente. La candidata firmó un acuerdo de 10 puntos.

PAG. 11A

ESPECIAL DINERO
México, reprobado en libre comercio

ASTRID HERRERA, La Voz de Michoacán

Se reportó al 80% de la mercancía de México a EU, a pesar de tener acuerdos con 44 países.

PAGS. 4 y 5C



CONTIENDA **CAMPAÑA** ELECTORAL '11

Crimen inhibe candidaturas

PRI Y PAN VALORAN EL NO POSTULAR A CONTENDIENTES PARA LOS MUNICIPIOS DE ALTA INSEGURIDAD

EDUARDO RUIZ / SERGIO LEWIS,
La Voz de Michoacán

Al menos 10 municipios del Bajío y Tierra Caliente podrían no tener candidatos del PAN y PRI, ante las amenazas del crimen organizado, denunciaron la dirigencia estatal del abnizal y líderes municipales de PRI en Ecuandureo y Tzucucru. Tena Fernández, líder del PAN, señaló que en caso de no haber nadie que quiera competir prefieren no promover candidatos, donde el único estado de derecho que rige es la "ley del plomo en la mano".

DEPORTES MUNDOS DE ESTADOS

¡Despiertan!

Monarcas sacó provecho del partido que tenía pendiente, ante San Luis, y consiguió un importante triunfo que le permite pensar en la liguilla.

2-3
San Luis Monarcas

PAGS. 2 a 5D

"Elmer" Lizaso se despidió con 2 goles.



GOL EUROPEO DERROTA EL TRI A CHILE

La Selección Mexicana venció por 1 gol a 0 a la de Chile, en Barcelona, y se cobró la derrota que los sudamericanos propinaron al Tri Sub-22 en la pasada Copa América.

DEPORTES, PAG. 6D

Focos rojos...

Regiones que son consideradas por PAN y PRI de riesgo elevado.

Germán Tena, líder estatal del PAN, valora a 18 municipios de Tierra Caliente, no postularán a ningún candidato

Comités Municipales del PRI analizan la posibilidad de no registrar candidatos en Yurécuaro y Ecuandureo.

PAGS. 8 y 9A

LA VOZ

DE MICHOACÁN

LA VOZ DEL PUEBLO HECHA PERIÓDICO

F

FAUSTO
COMUNICACIÓN

IMPUNIDAD | INTRUSOS SE OSTENTAN COMO DEMOCRÁTICOS

Sin más, invaden 50 casas

GRUPO DE 50 SUJETOS LLEGÓ AL FRACCIONAMIENTO 'EL SENDERO' Y SE 'ADUEÑÓ' SIN PROBLEMA ALGUNO DE LAS VIVIENDAS; ALISTAN MÁS INVASIONES. CAZARES DICE NO ESTAR ENTERADO DEL CASO

RANIERO JIMÉNEZ TORRES,
LaVoz de Michoacán

Un grupo de sujetos, quienes se ostentaron como miembros de la Sección XVIII del magistrado de mérito, que comanda Jorge Cázares, "se adueñaron" sin que ninguna autoridad hiciera nada por impedirlo de por lo menos 50 viviendas del fraccionamiento El Sendero, colindante con Misión del Valle, donde hay viviendas más de 300 casas, de lo que, según versiones de vecinos de la zona, también son responsables; los "pericardistas" invadieron a más vecinos a echarse a sus llas y luchar con ellos, a cambio de descuentos en el precio de sus casas.

Tanto Gobernación, como el Estado y el Ayuntamiento es-



EN VEHÍCULO DE TRANSPORTE URBANO Y PARTICULARES LLEGARON LOS INVASORES/QUE EN SU OCURRIDOR Y EN SU MOMENTO NO HAY NINGUNA

ta entendido de esos actos", aseguró la dirigencia que comanda las invasiones, por estos son los argumentos que utiliza para convencer a los mismos vecinos a que se unan al movimiento, "el

cuando están pagando esas viviendas podemos hacer que las paguen a un precio más justo, y si ya las pagaron podemos conseguir una para sus hijos", prometió por email de la ley.

PÁG. 26A

28,236 PESOS

costará cada voto migrante si se registran los registrados

Sólo 602 migrantes votarían

EM de a conocer la cifra de las solicitudes de voto de extranjeros que se registran gobernador

PÁG. 6A

Paraliza la CUL con tomas la Universidad Michoacana

ISIDORA GARCÍA,
LaVoz de Michoacán

Supuestos estudiantes normalistas, integrantes de la Coordinadora de Universitarios en Toluca (CUT), tomaron la noche de este domingo instalaciones de Ciudad Universitaria, así como los edificios sede de las escuelas de Odontología y Enfermería de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. La toma respondería

a medidas de presión por parte de la organización estudiantil para exigir a las autoridades michoacanas se acelere el proceso de inscripción de aquellos alumnos que presentaron alguna dificultad en el proceso y que aún no han completado su registro, y sería de manera indefinida. Hoy, por lo pronto las actividades académicas, administrativas y de investigación se verán afectadas, en estos tres complejos.

¡Los chupó el DIABLO!

En un buen partido, los Diablos Rojos del Toluca, con un doblete de Iván Alonso, venció a Monarcas Morelia por 2 goles contra 1. Con el resultado, el "Equipo de la Fuerza" se recoge en el lugar 12 de la Tabla General del Apertura.

PPTS: 2 y 30

Ni Turco ni Furia

En el duelo de "Diablos Rojos", Alfonso Torres al haber sido expulsado en el primer tiempo por un "ataque" a un jugador del "Equipo de la Fuerza" se retiró del campo de juego y se fue a su casa.

DEPORTES, PÁG. 8 y 70

www.vozdemichoacan.com.mx

TELÉFONO: JOSÉ TOCUMÉN LAMAR (52) 52 23 23 23 / FAX: 52 52 23 23 23 / LIC. MIGUEL MEDINA ROBLES

www.vozdemichoacan.com.mx \$10.00

LA VOZ

DE MICHUACÁN

LA VOZ DEL PUEBLO HOY POR HOY

Cambian EU por las ciudades

La migración de pobladores de zonas rurales a las ciudades de la entidad michoacana ha incrementado. Morelia, Uruapan, Zamora, Zitacuaro y Apatzingán tienen mayor flujo

PÁGS. 18 y 19A



XVI JUEGOS PANAMERICANOS

¡Clavados brillantes!

Paula Espinoza robando su categoría como sacra peona mundial y junto con Tatiana Ortiz encabezó el 1-2 de México en la Plataforma de 10 metros; Yohai Castillo y Julián Sánchez, oro

PÁGS. 2 a 6D

Homero gana plata

Homero Barreto, quien brinca un paso hacia, junto con su pareja Daniel Rodríguez, puso la final en pelota goma 11-12 y 8-12 frente a dupla argentina PÁG. 7D

■ GIRA ■ PRESENTE, ENRIQUE PEÑA NIETO

Fausto exhorta al PRI a no confiarse

■ VALLEJO FIGUEROA LLAMÓ A NO BAJAR LA GUARDIA PARA QUE NO NOS VAYAN A HACER CHANCHULLO

MERCE LIMÓN,
Envíame La Voz de Michoacán

Uruapan, Mich. - "Hoy he perdido cuando me dividieron o cuando me confundieron; hay que estar con la guardia alta para que no nos vayan a hacer chanchullo", sentenció Fausto Vallejo Figueroa. En gira por Uruapan y acompañado del gobernador condequense Enrique Peña Nieto, el candidato priista a la gubernatura de Michoacán presenció que gracias a la labor de sus partidarios y de la sociedad en general lleva ventaja de 7 puntos sobre su adversario más cercano. Por su parte, Peña Nieto criticó que la oposición pretenda coartar una política de equitativismo de los adversarios, "cuando es en la competencia como consolidamos el régimen democrático".

PÁGS. 8 y 9A



FAUSTO VALLEJO Y ENRIQUE PEÑA NIETO AGRADECIMOS QUE ACTUALMENTE EL PRI ES EL MEJOR PARTIDO.

A subasta, bienes del gobierno

JAVIER SIVELA,
Lic. de Michoacán

Para enfrentar el recorte de las participaciones federales, el Gobierno de Michoacán solicitará autorización al Congreso para pasar a la venta bienes patrimoniales del Ejecutivo estatal, con lo cual obtendrá 500 millones de pesos, informó la secretaria de Finanzas Miriam Cuzco.



LAS INSTALACIONES DE LA ANTIGUA FERIA ESTÁN DICHO DEL PAQUETE A SUBASTAR.

PÁG. 4A



Casi desaparece

Más de la mitad de la tierra del IMSS ya ha sido demolida. Se prevé que a principios de diciembre esta totalidad dormida. Actualmente tiran al tercer piso PÁG. 24A



7 503002 579480

EDITOR JOSÉ TOCAYÉN LAVÍN (9)

PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL

LIC. MIGUEL MEDINA BOLLÉS

WWW.VOZMICHUACAN.COM.MX

GRUPO EDITORIAL

\$10.00

Cambio

DE MICHOACÁN

www.cambiodemichoacan.com.mx

MIÉRCOLES 21 DE AGOSTO DE 2011 | Año XX Número 6664 | MORELIA, MICH. | DIRECTOR GENERAL VICENTE GONZÁLEZ ZAPATEL | 7 PÉGS.



CAMBIO | ARMANDO LAMAS | RAÚL LÓPEZ MENDOZA | SERGIO MORA
Luisa María Calderón Hinojosa, candidata del PAN; Fausto Vallejo Figueroa, del PRI; y Silvano Aureoles Correo, del PRD, en el inicio de campaña en el primer minuto de hoy.

Arrancan campañas

Gobierno del estado, IEM e iniciativa privada se declaran confiados en que la jornada se realizará sin incidentes y con apego a la ley. Candidatos afirman que privilegiarán las propuestas, no las descalificaciones ni la guerra sucia. El ciudadano, entre la desconfianza y el hartazgo

PÁGINAS 7 A 12

OPINIÓN

Margarita Viquez | 24
Gerardo A. Herrera | 23
Alejandro Viquez | 22

COLUMNAS

Editorial | 2
Acueducto | 5



7502242660002

Llama Leonel Godoy a una ofensiva social contra la delincuencia

Urge al gobernador a modificar la estrategia de combate al crimen organizado. Inauguró la jornada "Michoacán se estudia y se trabaja"

PÁGINA 10



Leonel Godoy, gobernador

Sin control, abusos de casas de préstamos en cobro de intereses

PÁGINA 19

UM, sin recursos para restaurar las casas de estudiantes

PÁGINA 17

Cambio



DE MICHOACÁN

www.cambiodemichoacan.com.mx

LUNES 7 DE NOVIEMBRE DE 2011

Año 38 Número 8721 | MORELIA, MICH

DIRECTOR GENERAL VICENTE GÓMEZ ZAPICHÁN

7 PESOS



CAMBIÓ | FOTOS: MESA

Daniel José Vázquez, Ernesto Cordero, Coco Santiago Cerey y Gustavo Madero.



CAMBIÓ | FOTOS: (DTS) ANTONIO

Fausto Valdez y Enrique Peña Nieto en la Avenida Madero.

Cocoa: Le daré seguridad al estado

Ante un Estadio Morelos repleto y acompañada de figuras panistas, Luisa María dijo que con ella habrá mejores oportunidades de desarrollo

PÁGINAS 16 Y 17

Ganaré, pésele a quien le pese: FVF

En la Avenida Madero y respaldado por Enrique Peña Nieto y personajes priistas, el candidato dijo que el PRI ganará. Los Pinos no votan en Michoacán, afirmó

PÁGINAS 8 Y 9

OPINIÓN

Julió Pimentel / 34
Raúl Méndez / 35
Leopoldo Chacón / 42
Emir Aragón / 27
David Romero / 33

COLUMNAS

Editorial / 4
Comentarios / 14 y 15

Cherán, sin condiciones para votar por candidatos a gobernador y diputados

PÁGINA 11



75022421660102

Silvano, en cierres regionales de candidatos

PÁGINA 7

Cambio



DE MICHOACÁN

www.cambiodemichoacan.com.mx

MARTES 16 DE NOVIEMBRE DE 2011

Año XX Número 624 | MORELIA, MICH.

DIRECTOR GENERAL VICENTE GONZALEZ ZAPEN

7 PESOS

Para el PRI 11 diputaciones; 5 para el PAN, y 8 para el PRD

En su balance, el PRI avanza en 45 de los 112 municipios, el PAN en 27, y el PRD en 31.

PÁGINA 4 Y 7

Recuento de votos en 3 distritos y 8 municipios

Distritos: Jacaro, Los Reyes y Coahuila. Los municipios son Copalimulco, Ihuatzio, Morelia, Nocupetiro, Parícuti, Tzucucan, Tzucucan y Tzucucan.

PÁGINA 4

Demandan Ebrard y DIA reconocer resultados

PÁGINA 2

OPINIÓN

- Rogelio Macías | 22
- Samuel Maldonado | 26
- Juan Pérez Medina | 30
- Alvaro Delgado | 36
- Servando Peralta | 39
- Aquiles Galván | 44

COLUMNAS

- Editorial | 3
- Acuerdo | 5



7502142868002



CAMBIO | JESÚS CÁMERO

Fausto Vallejo Figueroa, candidato del PRI, acompañado por la estructura de su partido, en rueda de prensa celebrada ayer.

Anular elección: Silvano; Fausto, por reconciliar

Resulta evidente que el gobierno federal derrochó recursos y que el crimen organizado coordinó la campaña del tricolor, dijo Aureoles. Cocoa coincide: Hubo intromisión de la delincuencia. Rechaza el PRI las acusaciones. Los michoacanos no quieren más pleitos; ya pasó la campaña: Vallejo



CAMBIO | SERGIO MORA

Víctor Eche, dirigente estatal del PRD; Silvano Aureoles y Fausto Vallejo, Internacional.

PÁGINA 4

Cambio



EDICIÓN DOMINICAL

DOMINGO 23 DE SEPTIEMBRE DE 2011 | Año XXX Número 9484 | MORELIA, MICH. | DIRECTOR GENERAL VICENTE GÓMEZ ZAPÉN | 7 PESOS



Las ofertas de campaña de la semana

Proyectos Páramo y Clavos (Michoacán) y pulseras (México) por aumentar las programaciones sociales.
PÁGINA 14, 22 AL 25A

Desairan estudiantes nicolaitas el Festival de Cultura Popular
PÁGINA 9

Comerciantes del Mercado Independencia mantienen el bloqueo
PÁGINA 10, 26 AL 28A



MICHOACÁN

En aumento, la demanda de armas

La inseguridad ha propiciado que los ciudadanos opten por la defensa propia, lo que ha incrementado la compra de armas, muchas de las cuales se adquieren en el mercado negro.

PÁGINAS 3 A 11



IMAGEN | RAÚL LÓPEZ MENDEZ

Arrancan campañas por alcaldías y diputaciones

En Morelia, Wilfredo Lázaro, Genovevo Figueroa y Marco Cortés iniciaron en el primer segundo de hoy
PÁGINA 7, 28 AL 35A

Busque en esta edición, los nombres de todos los aspirantes a presidencias municipales y el Congreso del Estado.