

Introducción .....	11
--------------------	----

## PRIMERA PARTE:

### SIGNIFICACIÓN POLÍTICA DE LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL

<b>1. Persuadiendo al electorado: Contexto de las campañas políticas en 2012, por Orlando Espinosa Santiago .....</b>	<b>17</b>
<i>Introducción .....</i>	<i>17</i>
<i>1. La democracia como el único juego en la ciudad .....</i>	<i>19</i>
<i>2. Las tendencias electorales en la antesala de la elección presidencial de 2012 .....</i>	<i>21</i>
<i>3. Partidos políticos, candidatos y tensiones organizativas .....</i>	<i>24</i>
<i>4. Persuadiendo al electorado: el ejercicio gubernamental panista, la estrategia de los partidos y la coyuntura .....</i>	<i>28</i>
<i>5. Comentarios finales .....</i>	<i>32</i>
<i>Referencias .....</i>	<i>34</i>
<b>2. México 2012: Las elecciones como acción dramática, por José Cisneros Espinosa y José Antonio Cisneros Tirado .....</b>	<b>36</b>
<i>1. Introducción .....</i>	<i>36</i>
<i>2. Primera parte: Análisis social desde la perspectiva del bloque histórico .....</i>	<i>37</i>
<i>3. Segunda parte: El contexto social y la acción electoral en México 2012 .....</i>	<i>45</i>
<i>4. Tercera parte: Primeros resultados dramáticos .....</i>	<i>54</i>
<i>Referencias .....</i>	<i>64</i>
<b>3. #Yosoy132. Itinerario de su gestación, por Francisco de Jesús Aceves González .....</b>	<b>66</b>
<i>Introducción .....</i>	<i>66</i>

<i>Televisa y la construcción de un presidente</i> .....	68
<i>El dislate de la FIL: #libreriaPeñaNieto</i> .....	70
<i>Enrique Peña Nieto, el candidato invencible</i> .....	71
<i>El debate y el veto de las televisoras</i> .....	73
<i>Del #RedesVSTelevisa al #MarchaAntiPeña</i> .....	75
<i>#EPNlaIBEROnoTequiere, la jornada negra</i> .....	79
<i>131 alumnos de la Ibero responden</i> .....	80
<i>#MarchaAntiPeña se expande</i> .....	82
<i>La #MarchaAntiEPN conmueve al país</i> .....	83
<i>La Estela de Luz. «Ibero aguanta, el Poli se levanta»</i> .....	85
<i>La chispa en la pradera</i> .....	87
<b>4. El gran rechazo digital en La Primavera Mexicana,</b>	
<i>por José Octavio Islas Carmona</i> .....	89
<i>Introducción</i> .....	89
<i>1. Las tecnologías libertarias y el nuevo Gran Rechazo</i> .....	90
<i>2. Antecedentes de la Primavera Mexicana</i> .....	92
<i>3. El movimiento estético #YoSoy132</i> .....	109
<i>4. Por último</i> .....	118
<i>Fuentes de información</i> .....	121
<b>5. Impacto del consumo de medios en la participación ciudadana.</b>	
<b>Análisis del papel jugado por la sofisticación política en la relación,</b>	
<i>por Carlos Muñoz, Alejandro Moreno y Alma Rosa Saldierna</i> .....	122
<i>1. Introducción</i> .....	122
<i>2. Marco teórico</i> .....	125
<i>3. Método seguido</i> .....	132
<i>4. Análisis de resultados</i> .....	136
<i>5. Discusión y conclusiones</i> .....	138
<i>6. Referencias</i> .....	141
SEGUNDA PARTE:	
IMAGEN Y EMOTIVIDAD EN LA PROPUESTA POLÍTICA	
<b>6. Democracia mediática en las elecciones de 2012,</b>	
<i>por Javier Esteinou Madrid</i> .....	147
<i>1. Introducción</i> .....	147
<i>2. Las elecciones de 2012 y el desafío del poder mediático</i> .....	148

3. <i>La difusión del debate y la incapacidad del Estado</i> .....	150
4. <i>Los resultados de la transmisión del debate y la reacción del poder mediático</i> .....	153
5. <i>Las consecuencias para la construcción de la democracia nacional en 2012</i> .....	155
6. <i>¿Qué hacer?</i> .....	161
<i>Documentación consultada</i> .....	165
<i>Hemerografía</i> .....	166
<b>7. Papel de la comunicación mediática en la elección presidencial 2012, por José Antonio Meyer Rodríguez, Carlos Enrique Ahuactzin Martínez y Carla Irene Ríos Calleja</b> .....	169
1. <i>Introducción</i> .....	169
2. <i>Metodología de la investigación</i> .....	174
3. <i>Resultados de la investigación</i> .....	175
4. <i>Conclusiones y discusión</i> .....	185
<i>Referencias</i> .....	187
<b>8. Comunicación electoral y estudio del spot político en México, por José Antonio Meyer Rodríguez, Jorge David Cortés Moreno; Carlos Enrique Ahuactzin Martínez y Carla Irene Ríos Calleja</b> ...	189
1. <i>Introducción</i> .....	189
2. <i>Análisis del spot político en Estados Unidos</i> .....	192
3. <i>Análisis del spot político en México</i> .....	196
4. <i>Consideraciones y reflexión final</i> .....	202
<i>Referencias</i> .....	205
<b>9. Framing y significación del spot televisivo electoral de Enrique Peña Nieto en la campaña presidencial, por Carlos Enrique Ahuactzin Martínez, Carla Irene Ríos Calleja y José Cisneros Espinosa</b> .....	210
<i>Introducción</i> .....	210
<i>La herencia política</i> .....	210
<i>El candidato</i> .....	212
<i>El juego mediático</i> .....	214
<i>Metodología</i> .....	216
<i>Resultados y discusión</i> .....	217

<i>Las campañas electorales y la publicidad política</i> .....	217
<i>Significación del spot electoral de Enrique Peña Nieto en la campaña presidencial</i> .....	228
<i>La confrontación política y su disolución</i> .....	228
<i>El llamado al voto</i> .....	232
<i>Consideraciones finales</i> .....	235
<i>Referencias</i> .....	235

## 10. Discurso y representación: la izquierda mexicana en el proceso electoral de 2012, por Carlos Enrique Ahuactzin Martínez,

Jorge David Cortés Moreno, Jorge Luis Castillo Durán y

<i>Angélica Mendieta Ramírez</i> .....	238
<i>Introducción</i> .....	238
<i>Metodología</i> .....	244
<i>Aproximación teórica</i> .....	244
<i>Análisis del discurso</i> .....	252
<i>Conclusiones</i> .....	262
<i>Referencias</i> .....	265

### TERCERA PARTE:

#### AGOTAMIENTO DEL MODELO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

## 11. ¿De vuelta al sesgo priista? El caso de los debates,

por Martín Echeverría Victoria y Ana Martín Millet .....

<i>1. Introducción</i> .....	271
<i>2. Marco teórico. El sesgo partidista en el desempeño mediático mexicano</i> .....	272
<i>3. Metodología</i> .....	276
<i>4. Hallazgos</i> .....	278
<i>5. Conclusiones</i> .....	282
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	285

## 12. Prensa y noticieros de televisión en la campaña presidencial

2012, por Francisco Javier Martínez Garza .....

<i>1. Antecedentes</i> .....	287
<i>2. Los medios y las campañas en México</i> .....	288
<i>3. Lo que representa el estudio</i> .....	289
<i>4. Las preguntas a responder</i> .....	290

5. Metodología .....	292
6. ¿Qué resultados se encontraron? .....	293
7. ¿Cómo se reflejó en los medios la contienda electoral federal del 2012?.....	293
8. La equidad en la cobertura de la campaña .....	297
9. La difusión de la plataforma política y las propuestas de campaña.....	303
10. Conclusión.....	305
Bibliografía.....	308
<b>13. Análisis Estadístico de Datos Textuales (AEDT) del discurso de la prensa en las Elecciones 2012, por Patricia Andrade del Cid y Claudio Rafael Castro López</b>	
<i>Introducción.....</i>	<i>309</i>
1. <i>Cultura política, prensa y campaña política.....</i>	<i>311</i>
2. <i>Representaciones sociales y ejercicio periodístico .....</i>	<i>312</i>
3. <i>La prensa de Veracruz y la contienda electoral de 2012 .....</i>	<i>313</i>
4. <i>Roles, Acciones y Objetos de referencia para el Análisis del Discurso de los candidatos en la prensa.....</i>	<i>315</i>
5. <i>Procedimiento para el Análisis Estadístico de Datos Textuales ..</i>	<i>317</i>
6. <i>Resultados.....</i>	<i>319</i>
7. <i>Hallazgos.....</i>	<i>324</i>
8. <i>Discusión.....</i>	<i>326</i>
<i>Referencias.....</i>	<i>327</i>
<b>14. Proceso electoral presidencial en una televisora pública: El caso de Canal Once, por Blanca Chong López y</b>	
<i>Laura Cristina Pérez Rodríguez.....</i>	<i>328</i>
<i>Introducción.....</i>	<i>328</i>
<i>El establecimiento de la agenda.....</i>	<i>330</i>
<i>Once TV México.....</i>	<i>334</i>
<i>Método.....</i>	<i>334</i>
<i>Resultados .....</i>	<i>335</i>
<i>A manera de conclusión.....</i>	<i>339</i>
<i>Referencias.....</i>	<i>340</i>

<b>15. Ficción televisiva y comunicación política en el proceso electoral de 2012 en México, por Norma Pareja Sánchez.....</b>	<b>341</b>
1. <i>Introducción</i> .....	341
2. <i>La comunicación política y la opinión pública, los antecedentes</i> .....	342
3. <i>La definición de partida, las coordenadas teóricas</i> .....	343
4. <i>Relación entre comunicación política y opinión pública</i> .....	345
5. <i>La Reforma Política 2007-2008, su centralidad en la comunicación mediática y sus vacíos</i> .....	346
6. <i>Las telenovelas, el nuevo espacio de la comunicación política</i> ..	348
7. <i>La televisión y las telenovelas. Entre la utopía y el imaginario social</i> .....	350
<i>La evidencia</i> .....	355
<i>Algunas Reflexiones</i> .....	358
<i>Referencias</i> .....	359
 <b>Semblanza de autores .....</b>	 <b>361</b>