

847

2012/020

ECP



Casa abierta al tiempo

Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Iztapalapa

**“EL SPOT DE ATAQUE: INSTRUMENTO DE
PERSUASION EN LAS PREFERENCIAS
ELECTORALES. EL CASO PRD 2012”**

T E S I S I N A
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADO EN
C I E N C I A P O L Í T I C A
P R E S E N T A

Luis Felipe Llevenes Ponce.

MATRÍCULA: 208317699


ASESOR (A):
**DR. ENRIQUE
CUNA PEREZ**


LECTOR (A):
**DR. ALBERTO
ESCAMILLA CADENA**

Iztapalapa, Ciudad de México, Agosto, 2012



Índice

INTRODUCCIÓN: EL SPOT DE ATAQUE: INSTRUMENTO DE PERSUASIÓN EN LAS PREFERENCIAS ELECTORALES. EL CASO PRD 2012.....	4
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

CAPÍTULO I

1- EL SPOT POLÍTICO, FUENTE DE PERSUASIÓN.....	24
1.1 GENERALIDADES DEL SPOT POLÍTICO.....	24
1.2 CARACTERÍSTICAS DEL SPOT POLÍTICO (PROPAGANDA POLÍTICA)...	27
1.3 COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA.....	29
1.4 COMPORTAMIENTO ELECTORAL.....	37
1.4.1 ENFOQUE SOCIOLÓGICO.....	38
1.4.2 ENFOQUE PSICOLÓGICO.....	38
1.4.3 ENFOQUE RACIONAL.....	38
1.5 CONCLUSIONES.....	40

CAPÍTULO II

2-CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA: UNA LUCHA POLÍTICA EN NUESTRO PAÍS, LA IZQUIERDA (PRD).....	42
2.1 EL SISTEMA ELECTORAL EN MÉXICO.....	42
2.1.1 EL PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA EN EL SISTEMA DE PARTIDOS MEXICANO.....	43
2.1.2 PRD Y GOBIERNO.....	46

1967

1968

1969

1970

1971

1972

1973

1974

1975

1976

1977

1978

1979

1980

1981

1982

1983

1984

1985

2.2 VISIÓN GENERAL.....	49
2.3 PRD: DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS Y ELEMENTOS CONSTRUCTORES DE LA IMAGEN DEL PRD.....	52
2.4 CONCLUSIONES.....	54

CAPÍTULO III

3-ANÁLISIS DEL SPOT DE ATAQUE CONTRA ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: INSTRUMENTO DE PERSUASIÓN ANTE EL VOTANTE INDECISO.....	58
3.1 EL PRD EN EL DISTRITO FEDERAL: ANDRÉS MANUEL Y SU GOBIERNO.....	58
3.2 SEMBLANZA DEL ACTOR DEL PRD: ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR.....	60
3.3 LOS SPOTS DEL PRD: PROPAGANDA.....	65
3.4 SPOT DE ATAQUE.....	68
3.5 ANÁLISIS DE SPOTS DE ATAQUE CONTRA ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR.....	73
3.6 ¿QUE VALORES NOS VENDE LA PUBLICIDAD? (SPOT).....	87
3.7 ANÁLISIS DE ENCUESTAS PRESIDENCIALES, ELECCIÓN 2012; VOTO INDECISO Y PREFERENCIAS ELECTORALES.....	90
3.8 CONCLUSIONES.....	111
4-CONCLUSIONES FINALES.....	117
5- BIBLIOGRAFÍA.....	124

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

10/10/10

Introducción: El spot de ataque: instrumento de persuasión en las preferencias electorales. El caso PRD 2012

Mi interés en la presente investigación es conocer el efecto que tuvo los spots de ataque contra el PRD en las preferencias electorales de las elecciones del 2012 para el reconocimiento de la persuasión en los ciudadanos con su debida delimitación; en los spots de ataque , es donde identificaremos al candidato como imagen del mismo de acuerdo al mensaje construido contra él para posteriormente dar una información subsecuente. Con lo cual se podrá encontrar si la afinidad del candidato en la sociedad es factor de atracción para una decisión. Por eso me es de mi interés ya que me permite descubrir el importante papel que desempeña la creación de los spots que utilizan los candidatos en una campaña electoral. Es decir que la imagen que representa el candidato del PRD en los medios de comunicación sean un efecto de persuasión en la conducta de los ciudadanos, como contraste a distintos partidos que luchan por el gobierno, en circunstancias de qué tanto se percibe el efecto en la gente a través de las diferentes encuestas que serán estudiadas a partir de las fechas de lanzamiento de los spot de ataque, para la elección del candidato a la presidencia de la República: datos que se llevarán a cabo en un estudio explicativo que partirá de las encuestas más importantes siguiendo la relevancia del voto indeciso y por su puesto el voto hacia el Andrés Manuel López Obrador, a partir del lanzamiento de los spot de ataque contra este actor político, ya que van más allá de la descripción de conceptos o variables o del establecimiento de relaciones entre conceptos, su propósito es explicar, razones causales, de por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este. El PRD que tiene una ideología política de izquierda, es considerado la tercera fuerza política de este país. Actualmente, se dice partidario de una economía de libre mercado, pero defiende la participación del Estado en los sectores que considera estratégicos, principalmente recursos energéticos y comunicaciones.

1950

1951

1952
 1953
 1954
 1955
 1956
 1957
 1958
 1959
 1960
 1961
 1962
 1963
 1964
 1965
 1966
 1967
 1968
 1969
 1970
 1971
 1972
 1973
 1974
 1975
 1976
 1977
 1978
 1979
 1980
 1981
 1982
 1983
 1984
 1985
 1986
 1987
 1988
 1989
 1990
 1991
 1992
 1993
 1994
 1995
 1996
 1997
 1998
 1999
 2000
 2001
 2002
 2003
 2004
 2005
 2006
 2007
 2008
 2009
 2010
 2011
 2012
 2013
 2014
 2015
 2016
 2017
 2018
 2019
 2020
 2021
 2022
 2023
 2024
 2025
 2026
 2027
 2028
 2029
 2030
 2031
 2032
 2033
 2034
 2035
 2036
 2037
 2038
 2039
 2040
 2041
 2042
 2043
 2044
 2045
 2046
 2047
 2048
 2049
 2050

1950

1951
 1952
 1953
 1954
 1955
 1956
 1957
 1958
 1959
 1960
 1961
 1962
 1963
 1964
 1965
 1966
 1967
 1968
 1969
 1970
 1971
 1972
 1973
 1974
 1975
 1976
 1977
 1978
 1979
 1980
 1981
 1982
 1983
 1984
 1985
 1986
 1987
 1988
 1989
 1990
 1991
 1992
 1993
 1994
 1995
 1996
 1997
 1998
 1999
 2000
 2001
 2002
 2003
 2004
 2005
 2006
 2007
 2008
 2009
 2010
 2011
 2012
 2013
 2014
 2015
 2016
 2017
 2018
 2019
 2020
 2021
 2022
 2023
 2024
 2025
 2026
 2027
 2028
 2029
 2030
 2031
 2032
 2033
 2034
 2035
 2036
 2037
 2038
 2039
 2040
 2041
 2042
 2043
 2044
 2045
 2046
 2047
 2048
 2049
 2050

Asimismo, le da al Estado un papel preponderante en lo que se refiere a política social: se pronuncia por una educación laica y gratuita en todos los niveles y que cumpla con la demanda nacional, por la ayuda económica a los sectores más desfavorecidos (ancianos, estudiantes y discapacitados pobres), y por el otorgamiento de subsidios a productos de primera necesidad. Para la elaboración de este trabajo se tomarán en cuenta algunos conceptos como el de spot político, propaganda política, persuasión, y opinión pública. Todos ellos con una base política, enfocados en las elecciones presidenciales del 2012.

El spot político se ha hecho de innumerables espacios que no sólo le han dejado su particular posicionamiento en el entramado social, sino que también han contribuido a trastornar tanto las capacidades cognitivo simbólicas, psicosociales y culturales de los sujetos sociales, como la naturaleza misma de la comunicación humana; por ello podemos decir que un spot político es un mensaje audio visual que contiene fragmentos de comunicación visual, verbal y aural (adjetivo dado a la audición, auricular) a través del cual un actor (usualmente un candidato político, o un partido) compra un tiempo en los medios de comunicación con el objetivo de influir en las creencias, o en el comportamiento electoral de la audiencia. La característica sobresaliente de este tipo de publicidad es que se trata de una comunicación comprada o pagada por lo que el emisor tiene el completo control de lo que quiere comunicar ante la audiencia. El primer mensaje nos remite al concepto de comunicación visual y el segundo mensaje al concepto de comunicación aural; si bien podemos decir que la comunicación visual es un proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales, en ella influyen: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el medio o canal y el referente. Es un medio de trasmisión de mensajes estructurados. Mientras que la comunicación aural es conocida también como método acústico, método unisensorial, método auditivo o acupédico, se apoya exclusivamente en el entrenamiento de la audición residual del discapacitado auditivo: no se realiza lectura labial, ni tampoco estímulo visual.

1950

1951

1952

1953

1954

1955

1956

1957

1958

1959

1960

1961

1962

1963

1964

1965

1966

1967

Un tercer componente del mensaje es el lenguaje oral o escrito; el primero corresponde a la voz del actor o narrador en el spot, y el segundo a la palabra escrita en los mismos.¹ A causa de ello se puede plantear que dichos spots han sido instrumento de atracción por medio de la persuasión hacia con los ciudadanos; técnica instrumental que se utiliza y que puede atender a razones específicas vinculadas a los intereses del sector de que se trata. Persuadir no supone dar órdenes implican de inteligencia con lenguaje común y de ahí la necesidad de conocer el auditorio que les sirvan como sostén de a la argumentación²Entendida también como el proceso por el que un comunicador intenta influir en las creencias, actitudes y conducta de otra persona a través de la transmisión de un mensaje ante el auditorio y por ello habilitan la concepción ideológica de una realidad poco elocuente, es decir, la persuasión ha incidido con cierta intencionalidad que responde a ciertos fines, así como las herramientas para llevarlas a cabo de acuerdo a lo que se ha ido puliendo al paso del tiempo.³

Para Jean Blondel⁴el spot político aporta un dinamismo creativo y atrayente al sistema mismo y la entiende como un intercambio de demanda y decisiones entre los miembros de la sociedad; es decir, como la interconexión visual, auditiva y verbal entres dos partes afectadas en la cual se busca un objetivo, ser más penetrante y con mayor cobertura subrayando que el intercambio de signos, señales o símbolos de cualquier clase entre personas se articula en la toma de decisiones políticas. En las campañas políticas en México el principal instrumento de ataque propagandístico hacia el adversario es el spot político; de un actor (usualmente el candidato), comprando un tiempo en los medios de comunicación con el objetivo de influir en las creencias, o en el comportamiento electoral de la audiencia.

¹ Aquiles Chihu Amparán, 2010. El framing audiovisual del spot político, Departamento de Sociología, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa. México.

² Perelman Chaim y Lucie Olbrechts-Tyteca, 1958, Tratado de la argumentación. La nueva retórica, París: PUF, Tratado de la argumentación. La nueva Retórica, 1989 (Traducción española Julia Sevilla Muñoz), Madrid: Gredos

³ Capdevila Gómez Arantxa, El discurso persuasivo: la estructura retorica de los spots electorales en televisión, aldea global, Barcelona, 2004, pp. 131-167

⁴ ibidem

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that this is crucial for the company's financial health and for providing transparency to stakeholders. The text notes that without proper record-keeping, it would be difficult to track expenses and revenues, which could lead to significant errors in financial reporting.

2. The second part of the document outlines the specific procedures for recording transactions. It details the steps involved in the accounting process, from identifying a transaction to recording it in the appropriate ledger. The document stresses the need for consistency and accuracy in these procedures to ensure that the financial data is reliable and can be used for decision-making.

3. The third part of the document discusses the role of the accounting department in the overall business operations. It highlights how the department provides valuable insights into the company's financial performance and helps management make informed decisions. The text also mentions the importance of staying up-to-date with changes in accounting standards and regulations to ensure compliance.

4. The fourth part of the document addresses the challenges of maintaining accurate records in a complex business environment. It discusses the need for clear communication and collaboration between different departments to ensure that all transactions are properly recorded. The document also mentions the importance of using technology to streamline the accounting process and reduce the risk of errors.

5. The fifth part of the document concludes by reiterating the importance of accurate record-keeping and the role of the accounting department. It encourages the company to continue to invest in its accounting systems and processes to ensure long-term success and financial stability.

6. The sixth part of the document discusses the importance of regular audits and reviews of the accounting records. It explains that these audits help to identify any discrepancies or errors in the records and ensure that the financial data is accurate and reliable. The document also mentions the importance of maintaining a clear audit trail for all transactions to facilitate these audits.

7. The seventh part of the document discusses the role of the accounting department in budgeting and forecasting. It explains how the department provides the necessary data to develop the company's budget and forecast its financial performance. The text also mentions the importance of monitoring actual performance against the budget and making adjustments as needed.

8. The eighth part of the document discusses the importance of maintaining accurate records for tax purposes. It explains that accurate records are essential for calculating the company's tax liability and for providing the necessary documentation to the tax authorities. The document also mentions the importance of staying up-to-date with changes in tax laws and regulations to ensure compliance.

9. The ninth part of the document discusses the importance of maintaining accurate records for legal and regulatory purposes. It explains that accurate records are essential for providing evidence in legal proceedings and for complying with various regulations. The document also mentions the importance of maintaining a secure and confidential accounting system to protect the company's financial data.

10. The tenth part of the document concludes by reiterating the importance of accurate record-keeping and the role of the accounting department. It encourages the company to continue to invest in its accounting systems and processes to ensure long-term success and financial stability.

Al analizar las potencialidades persuasivas de un spot de la campaña electorales en México, nuestro propósito se enfoca a presentar la importancia del spot en campañas electorales, pues la temática ha sido planeada de manera sencilla, para que pueda ser leída, comprendida y entendida, y para poder aplicarse en algunos estudios por institución o personales que pretendan investigar en la propaganda política en sus usos con los candidatos en campañas electorales por medio de encuestas que permitan señalar con precisión a las personas identificadas con dicho spot, en concreto la importancia del un spot del PRD para que personas sean persuadidas en base a dicha propaganda. La consolidación de los partidos políticos ha dado muestra que pueden competir en el plano electoral. Junto a ellos las formas de propagar o hacer propaganda de sus propuestas como partidos; definiéndose de antemano su postura ideológica, como grupos formados para organizar y competir por el poder político. También se encuentra en este trabajo el estudio sobre los medios de difusión, ya sean escritos o electrónicos, cuya importancia adquieren un valor en la configuración de un entorno democrático. Ya que el spot es un mensaje dominante, empleado como propaganda que llega a una gran cantidad de telespectadores permitiendo un mensaje sin censura y dejando un efecto en los votantes. El candidato en sí debe definir el perfil y la conducta que debe poseer y que en verdad satisfaga a la población. Debido a esta problemática tenemos que preguntarnos ahora ¿Qué contraste presenta el spot de ataque contra el PRD en cuestión del mensaje construido para la edificación de una coyuntura donde los ciudadanos permitan la adhesión a este; como escenario antagónico de gobernación?

Abordar dicho tema sin hacer una delimitación respecto a la intención de la investigación, sus propósitos, su nivel de profundidad, sin considerar las posibilidades de acceso a fuentes directas, así como del tiempo de que se dispone para realizarla, sería emprender una hazaña que está fuera de toda intención. Los spots políticos se ha abordado desde diferentes enfoques, dependiendo del interés de estudio de cada investigador; así, temas comunes son abordados con ópticas

1. The first part of the document is a list of names.

2. The second part of the document is a list of names.

3. The third part of the document is a list of names.

4. The fourth part of the document is a list of names.

5. The fifth part of the document is a list of names.

6. The sixth part of the document is a list of names.

7. The seventh part of the document is a list of names.

8. The eighth part of the document is a list of names.

9. The ninth part of the document is a list of names.

10. The tenth part of the document is a list of names.

11. The eleventh part of the document is a list of names.

12. The twelfth part of the document is a list of names.

13. The thirteenth part of the document is a list of names.

14. The fourteenth part of the document is a list of names.

15. The fifteenth part of the document is a list of names.

16. The sixteenth part of the document is a list of names.

17. The seventeenth part of the document is a list of names.

18. The eighteenth part of the document is a list of names.

19. The nineteenth part of the document is a list of names.

20. The twentieth part of the document is a list of names.

21. The twenty-first part of the document is a list of names.

22. The twenty-second part of the document is a list of names.

23. The twenty-third part of the document is a list of names.

24. The twenty-fourth part of the document is a list of names.

25. The twenty-fifth part of the document is a list of names.

26. The twenty-sixth part of the document is a list of names.

27. The twenty-seventh part of the document is a list of names.

28. The twenty-eighth part of the document is a list of names.

29. The twenty-ninth part of the document is a list of names.

30. The thirtieth part of the document is a list of names.

31. The thirty-first part of the document is a list of names.

32. The thirty-second part of the document is a list of names.

33. The thirty-third part of the document is a list of names.

34. The thirty-fourth part of the document is a list of names.

35. The thirty-fifth part of the document is a list of names.

36. The thirty-sixth part of the document is a list of names.

37. The thirty-seventh part of the document is a list of names.

38. The thirty-eighth part of the document is a list of names.

39. The thirty-ninth part of the document is a list of names.

40. The fortieth part of the document is a list of names.

41. The forty-first part of the document is a list of names.

42. The forty-second part of the document is a list of names.

43. The forty-third part of the document is a list of names.

44. The forty-fourth part of the document is a list of names.

45. The forty-fifth part of the document is a list of names.

46. The forty-sixth part of the document is a list of names.

47. The forty-seventh part of the document is a list of names.

48. The forty-eighth part of the document is a list of names.

49. The forty-ninth part of the document is a list of names.

50. The fiftieth part of the document is a list of names.

51. The fifty-first part of the document is a list of names.

52. The fifty-second part of the document is a list of names.

53. The fifty-third part of the document is a list of names.

54. The fifty-fourth part of the document is a list of names.

55. The fifty-fifth part of the document is a list of names.

56. The fifty-sixth part of the document is a list of names.

57. The fifty-seventh part of the document is a list of names.

58. The fifty-eighth part of the document is a list of names.

59. The fifty-ninth part of the document is a list of names.

60. The sixtieth part of the document is a list of names.

61. The sixty-first part of the document is a list of names.

62. The sixty-second part of the document is a list of names.

63. The sixty-third part of the document is a list of names.

64. The sixty-fourth part of the document is a list of names.

65. The sixty-fifth part of the document is a list of names.

66. The sixty-sixth part of the document is a list of names.

67. The sixty-seventh part of the document is a list of names.

68. The sixty-eighth part of the document is a list of names.

69. The sixty-ninth part of the document is a list of names.

70. The seventieth part of the document is a list of names.

diferentes, al igual que todo lo que existe en el mundo, existen apreciaciones distintas sobre una misma variante, en el caso específico de los spots políticos, podemos enfocarnos de una manera más limitada sobre el influjo, el peso que deja al ser transmitidos por la televisión ante los telespectadores, que forjan de cierta manera el camino para la decisión de su participación a partir de la persuasión que sufren los ciudadanos ante los spots políticos.

Dando un esbozo del trabajo a realizar, toca ahora delimitar cuáles son los aspectos del tema que me propongo analizar; en primer término me propongo encontrar el contraste que se da del spot en contra del PRD de acuerdo a su mensaje construido, de la gubernatura de Andrés Manuel López Obrador (PRD) y el Estado de México por Peña Nieto (PRI), candidatos que se mantuvieron como primer y segundo lugar en casi toda la contienda electoral; siendo corrientes o plataformas distintas de gobierno, a partir de la transmisión de estos mismos, es decir que tanto persuade un spot en las dos arenas a estudiar para ser factor de una decisión en el voto; que convence a la razón y mueve la voluntad consiguiendo una adhesión entusiasta y afectiva a la propia opinión; intento consciente de un individuo de cambiar las actitudes, creencias o conducta de otro individuo o grupo, por medio de la transmisión del mensaje para identificar una preferencia sin controlar o forzar el abandono de otras posibilidades. Al decidir este tema para mi investigación fue por el agrado a nivel personal por qué me he dado cuenta que si ha influido como coparticipe de esa formación o influencia de los individuos para su participación y toma de decisión de su voto a partir de la influencia de la imagen del spot del PRD; por esto y además por otras razones específicas me he atrevido a inmiscuirme hasta poder encontrar el meollo de mi investigación.

Personalmente me ha sido de interés porque he visto que en la sociedad, a pesar de que el spot su duración se encuentra usualmente entre los 10 y los 60 segundos y como menciona Doob, L. W describiendo al spot como un "intento sistemático, realizado por un individuo o individuos, para controlar sus actitudes por medio del empleo de sugestión, y en consecuencia, para controlar sus

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions and activities. It emphasizes the need for transparency and accountability in financial reporting.

2. The second part of the document outlines the various methods and techniques used to collect and analyze data. It includes a detailed description of the experimental procedures and the statistical tools employed.

3. The third part of the document presents the results of the study, including a comparison of the different methods and a discussion of the factors that influence the outcomes. It also includes a table summarizing the key findings.

4. The fourth part of the document discusses the implications of the study and provides recommendations for future research. It highlights the need for further investigation into the underlying mechanisms and the potential applications of the findings.

5. The fifth part of the document concludes the study and provides a final summary of the key points. It reiterates the importance of the research and the need for continued efforts in this field.

6. The sixth part of the document includes a list of references and a list of figures. The references cite the relevant literature and the figures provide visual representations of the data and results.

7. The seventh part of the document provides a detailed description of the experimental setup and the equipment used. It includes a list of materials and a description of the procedures followed during the experiments.

8. The eighth part of the document discusses the limitations of the study and the potential sources of error. It also includes a discussion of the ethical considerations and the steps taken to ensure the integrity of the research.

9. The ninth part of the document provides a list of appendices and a list of tables. The appendices contain supplementary information and the tables provide detailed data for the various experiments.

10. The tenth part of the document includes a list of acknowledgments and a list of authors. It expresses gratitude to the individuals and organizations that supported the research and identifies the authors of the document.

acciones”⁵Estos spots no son causales ni azarosos, servirán para que los ciudadanos distinguan y conozcan el espacio en el que habrán de desarrollar su vida pública, su dimensión política; aunque pueden proponerse alimentar el potencial súbdito de sus gobernados. Se trate entonces de destacar ciertas ideas y ciertos hombres con procedimientos bien delimitados: expresión normal de la actividad política.

Los propagandistas de los partidos políticos, sean de izquierda o derecha difunden su ideología partidista en forma de propaganda y ésta a su vez mezclada con elementos psicológicos (elementos que no tomaremos de forma estricta) En la actualidad se les da un enorme esfuerzo de difusión y persuasión, para que la opinión pública armonice sus intereses con los del grupo en disputa. Con el desarrollo del trabajo de investigación se pretende que los resultados influyan en la sociedad, es decir, aportar información relevante sobre este fenómeno donde la gente, se deje con esto guiar de manera un poco más acertada a la inducción de sus decisiones ante su participación. Es por esto que llevaré a cabo esta investigación, no con el afán de querer cambiar puntos de vista, sino de poder ayudar y poder enriquecer sus conocimientos y sus aptitudes sobre la manera de la cual se podrán formar sus conductas personales y sociales ante un mundo lleno de disgregación. Sabiendo así que desde un punto de vista personal esta figura no está tan lejana, de la realidad. Los spots en la actualidad han jugado un papel determinante y dinámico, ejerciendo una influencia en el triunfo de cualquier movimiento social. Independientemente de la trascendencia real de la propaganda en estos y otros acontecimientos similares, lo cierto es que la dimensión de su poder, como arma de lucha o como un instrumento de legitimación o por igual capaz de formar nuestras propias decisiones sin necesidad de ser influenciados por ellos. Si bien es cierto el efecto del spot persuasivo es recurso fundamental de la política puesto que se trata de un proceso esencial y necesario en toda forma de organización social. En él se originan el lazo social, las interacciones, los

⁵Klineberg, Psicología Social... pp.471

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud.

2. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. It describes the use of statistical techniques to identify trends and anomalies in the data, and the importance of using reliable sources of information.

3. The third part of the document discusses the role of the auditor in the financial reporting process. It explains how the auditor's independent review of the financial statements provides assurance to investors and other stakeholders that the information is reliable and free from material misstatement.

4. The fourth part of the document addresses the challenges faced by auditors in the current business environment. It highlights the increasing complexity of financial transactions and the need for auditors to stay current in their knowledge and skills to effectively audit these transactions.

acuerdos y las construcciones colectivas de referentes comunes en que se sustentan las sociedades y los vínculos sociales que la hacen posible ya que a través de ellos y gracias a la persuasión dejan en las personas setransmiten los niveles cognitivos que dan forma al pensamiento social(valores, normas, actitudes, representaciones, entre otros); las concepciones y significados, los signos y los símbolos que dan vida a la cultura; la memoria colectiva y la historia que impiden el olvido de objetos, acontecimientos y fenómenos sociales; así como los sentimientos, emociones y sensaciones que evocan lo pasado, lo presente, lo futuro, lo conocido, lo incierto, lo ambiguo⁶. Pasando por la comunicación por qué gobernantes y gobernados necesitan reducir la incertidumbre que ambos tienen, aquellos sobre la opinión de éstos y éstas sobre las decisiones de aquellos. El spot busca por encima de todo la creación de una marca o logo que perdure durante la campaña y que incline la balanza de los votantes, en especial, de los “indecisos”. Para seleccionar este tema que me llevará a desarrollar mi investigación fueron primordialmente por motivos personales ya que como bien se sabe a groso modo la televisión revolucionó la publicidad y hoy se le considera el medio más eficaz y persuasivo. Siendo así que el spot ha pasado a ser un instrumento o constructor de una dirección hacia la participación del ciudadano y es que los medios masivos de comunicación no son entes abstractos ni se reducen a puro instrumentos comunicativos, sino que se trata de actores sociales activos que conjugan intereses, obligaciones, necesidades y deseos tanto particulares como colectivos, y que tienen a su cargo una responsabilidad esencial para la vida de los humanos en sociedad como lo es la transmisión/comunicación de informaciones. El foco de atención radica en la posibilidad (que ya es un hecho en muchos lugares del planeta) de que los medios masivos de comunicación, concebidos como sujetos sociales, actúen sólo en función de la rentabilidad obtenida (económica casi siempre) y siempre viendo hacia sus propios fines, en detrimento de las utilidades colectivas (desarrollo cultural y social) que siempre deberían buscar.⁷

⁶ Biagi, Shirley (1999), Impacto de los Medios, México: Thompson
⁷ Ibidem

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page. The text is arranged in several paragraphs and is too light to transcribe accurately.

Por ello es factible decir que: la participación ciudadana en la decisión y el discernimiento de cuestión de su voto por un candidato, es ¿persuadido a partir de las repeticiones del nombre del candidato o partido en los medios de comunicación?; Y así también que la publicidad produce una reacción emotiva, es el vehículo de comunicación cuyo efecto es más significativo en su capacidad para desencadenar el razonamiento. Tal spot puede ayudar de cierta forma al esfuerzo de los ciudadanos por retomar el control de la vida política y rechazar los desgastes que proliferan hoy al nivel de todos los sistemas y de todos los regímenes.

El efecto o no que ejerce el mensaje construido contra el candidato del PRD es decir en los spots: es donde esgrime nuestra tesis central en sentido de cómo se comportan necesariamente los ciudadanos, pues es entre otros factores en función del sentido que los sujetos articulan a partir de los mensajes, que se terminan construyendo sus representaciones del mundo y se perfilan sus decisiones políticas; todos los seres humanos podríamos persuadir, por lo menos en algún momento; este interés por persuadir es universal. Tanto como objetos de estudio como indicadores de ella, existe la curiosidad de cómo la gente trata de influir sobre nosotros, ya que es parte del juego de la vida. En la medida en que se ha hecho costumbre que los políticos no admitan que buscan el poder, en esa medida se ha de encubrir el objetivo de la persuasión. Ya que los medios de comunicación penetran con facilidad en los ciudadanos; adquieren éstos la capacidad de incidir en la forma de actuar, de pensar o de ver la realidad de los sujetos sociales, en suma, los medios de comunicación tienen en sus manos lo necesario para alentar el desarrollo cognitivo, social y cultural de los sujetos sociales. El comunicador- persuasor debe diseñar cuidadosamente sus mensajes para medios específicos de comunicación que llegaran a los receptores que son objeto de la comunicación y que tendrán el máximo impacto. Las palabras y otros símbolos de comunicación constituirán, por lo tanto, sus estímulos principales dominándola por el temor o la esperanza, les crean nuevos gustos o costumbres y

construyen arquetipos de individuos, debido a que esté de alguna forma describe lo que sucede en los procesos de elección donde existe una clara manipulación, no tan sólo de símbolos, sino de palabras, información, acontecimientos históricos, etc. Todo esto apela al intelecto y a los sentimientos de las personas, que se convertirán en un tiempo determinado en votantes: sujetos a influencias tendiendo a crear, transformar o confirmar opiniones y con un fin político.

Al filo del análisis que se va a realizar, se trata pues de demostrar que tanto el spot de ataque contra AMLO puede influir en la conciencia del ciudadano a partir de la persuasión, estudiado por medio de un diseño cuasi experimental en el cual se realizará a través de una medición en este caso por 5 casas encuestadoras: Covarrubias y Asociados, Mitosfky, Buen Día y Laredo, Parametría y Milenio GEA/ISA muestras que serán tomadas en días cumbres de acuerdo a los lanzamientos de cada spot en contra del candidato tabasqueño; intentando matizar el contraste de gobierno de los escenarios, permitiendo que en el DF fue un gobierno por el mismo candidato del PRD: situación que en su gestión al frente del Gobierno del Distrito Federal (GDF) cubrió acciones de gobierno en los campos de las finanzas, el desarrollo social, salud, gestión de fondos públicos, transparencia y seguridad pública. Al comienzo de su gobierno se dio inicio a la construcción del segundo piso del Periférico —un viaducto elevado—, construido con el propósito de desahogar la carga vehicular. En el campo del desarrollo social, el GDF implementó varios proyectos que fueron motivo de crítica por parte de la oposición capitalina y que a su vez fueron reconocidos por parte de la población mexicana, los que a la postre fueron aplicados en otras ciudades. Dándose un sistema de pensiones: uno de estos programas fue el establecimiento de un sistema de pensiones para los adultos mayores (que tiempo después sería retomado por el presidente en turno, Vicente Fox, para su aplicación a nivel nacional). En esta ocasión, las objeciones se centraban en la viabilidad financiera del programa o sus supuestos manejos clientelares. Ambos aspectos fueron negados por López Obrador en su momento.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that every entry should be supported by a valid receipt or invoice to ensure transparency and accountability.

2. The second section outlines the procedures for handling discrepancies between the recorded amounts and the actual cash flow. It suggests a systematic approach to identify the source of the error and correct it promptly to avoid any financial misstatements.

3. The third part of the document provides a detailed breakdown of the various expenses incurred during the period. It categorizes these expenses into fixed and variable costs, allowing for a more comprehensive analysis of the overall financial performance.

4. The fourth section discusses the impact of inflation on the value of the recorded amounts. It highlights the need to adjust the figures to reflect the current purchasing power, ensuring that the data remains relevant and meaningful over time.

5. The final part of the document concludes with a summary of the key findings and recommendations. It stresses the importance of regular audits and reviews to maintain the integrity of the financial records and to identify any potential areas for improvement.

El sistema de salud capitalino también fue criticado desde la oposición, debido a dos cuestiones; una, que la Secretaría de Salud implementó un sistema de gratuidad de ciertos servicios médicos y medicamentos en los establecimientos que operaba; mientras que en el Edo de México basaron su gestión al frente del gobierno del Estado de México en el cumplimiento de los compromisos adquiridos en campaña. En total firmó 608 compromisos ante notario público, los cuales cumplió durante los 6 años de gobierno, a través de más de 790 obras y 63 acciones de gobierno. Los más importantes fueron los de infraestructura carretera, cuya red se triplicó en su sexenio. Las principales obras de transporte público fueron las del Tren Suburbano (en conjunto con el Gobierno Federal y del Gobierno del Distrito Federal) y el Mexibús, ambas para comunicar al Distrito Federal con la zona metropolitana del Estado de México, los cuales dan servicio a más de 200 mil personas cada día. En el rubro de salud, se construyeron 196 hospitales y centros médicos en el estado y se duplicó el número de unidades móviles para llevar atención médica a las regiones más alejadas y vulnerables.

En fin, la ideologización de los partidos políticos se ha ido transformando por la influencia de los nuevos grupos políticos. Buscando influir y persuadir con mayor eficacia al electorado, para lograr el éxito propuesto, no sólo con mensajes adecuados a los ciudadanos de un país sino toda una serie de ideas capaces de motivar, difundir programas y consignas. La influencia persuasiva del candidato presentado en el spot tendrá lugar, a plantearnos, en la dimensión cognitiva, y consiste justamente en subdeterminar la construcción de la opinión pública. Anthony Smith menciona que los spots son como una máquina de regulación social en la cual se le impone un mundo de ilusión de una realidad forzada, opuesto al mundo más sólido de la misma realidad; guiándose en una competencia por los votos por medio de una explotación fácilmente dual: cognición- emoción.⁸ Estos también buscan lograr y conseguir la atención del público a los mensajes emitidos, construyendo mensajes con respuestas positivas apelando a la identificación de personas, cosas e ideas, y la vinculación de ellas

⁸Smith Anthony, La política de la información, FCE, México, 1984, pp. 29-50

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

con un significado específico que se llegue a realizar la acción de aceptación y de credibilidad al público.

Por ello el objetivo será analizar la relevancia del spot de acuerdo al impacto en contra del PRD en base al comportamiento electoral de los ciudadanos, considerando que las finalidades reales de la Propaganda Política: es que el número de adheridos es la señal de la importancia y del poder de un partido; para afirmar su valor y su fuerza, un partido debe reclutar, extenderse, llegar a ser representativo de una corriente de la opinión. Para Ferrer: la teoría indica que el ataque nunca debe ser frontalmente; hay que buscar los flancos o los puntos más débiles del rival y aislarlo, creando un clima propio de fuerza, Kimball Young: señala tres ejes paralelos que en esencia definen las direcciones teóricas de la propaganda: conversión, división y consolidación. Son direcciones a las que se ajustan, generalmente, los diversos actos que tienden a influir sobre los demás: dominar la opinión, sea de modo individual, por grupo o en masa (Ferrer, 1995: 147).⁹

La sociedad nace cuando los integrantes de un grupo humano, exalta los valores de su comunidad donde se presenta toda la carga de su intención ideal, cuando se proponen trabajar y vivir en un conjunto. Al destacar los valores físicos, se agrega un enorme esfuerzo de difusión y persuasión, por lo que el spot político intenta que los individuos armonicen sus intereses personales con los de un grupo determinado, logrando de esta manera su simpatía y por lo tanto su voto. Razón lógica, pues si el lenguaje está en el nacimiento, y creación del hombre, es la palabra, eslabón principal, entre los seres humanos lo que les permite unirse y comprometer su conducta en un proyecto estable, fundamentado en valores e ideas de aceptación general. Sin embargo, la palabra no tenía ningún sentido siniestro para los dirigentes católicos del siglo XVII, que empleaban la propaganda como medio de conversión religiosa.¹⁰

⁹Ferrer Rodríguez Eulalio, Por el Ancho Mundo de la Propaganda Política, EUFESA, México, 1992, Págs. 1-15.

¹⁰Habermas, J. HISTORIA Y Crítica DE LA Opinión Pública. 2a. edición, Col. GG. Mass Media, Barcelona, 1981, 351 pp.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. This is essential for ensuring the integrity of the financial data and for providing a clear audit trail. The records should be kept up-to-date and should be accessible to all relevant parties.

2. The second part of the document outlines the procedures for handling any discrepancies or errors that may arise. It is important to identify the source of the error and to take appropriate corrective action as soon as possible. This will help to prevent the error from recurring and will ensure that the records remain accurate.

3. The third part of the document provides a detailed description of the various types of transactions that are recorded. This includes sales, purchases, transfers, and other financial activities. Each transaction should be recorded in a clear and concise manner, with all relevant details included.

4. The final part of the document discusses the importance of regular reviews and audits of the records. This will help to ensure that the records are accurate and complete, and will provide an opportunity to identify any areas for improvement. Regular audits are also essential for maintaining the trust and confidence of all stakeholders.

Hoy en día tampoco tiene ese significado para la mayoría de los latinoamericanos, que ven la propaganda como un instrumento legítimo para promover la solidaridad nacional y la legitimidad ante el electorado. Donde se ha añadido connotaciones a una palabra que antes poseía una significación bastante estrecha y claramente delimitada. No obstante se debe examinar el tipo de promoción y sugestión designado por el término propaganda. De raíz el término propaganda tiene su principio etimológico en la palabra propagar, tomada del latín; Propagare, reproducir o plantar. Esta primera significación no implica una generación artificial, estimulada o forzada. El sentido general, era propagación artificial o facilitación deliberada del proceso de generación. La palabra ya en sí como spot tiene como significado la expansión, diseminación y multiplicación rápida. Desde un punto de vista gramatical es un nombre para toda acción encaminada a difundir, a extender el conocimiento de una cosa de acuerdo a esta definición, consideramos dentro de la propaganda a la educación, a la publicidad y hasta un intercambio de ideas entre personas.¹¹ Como hemos citado anteriormente el spot político está ligado a la formación política de la sociedad misma, siendo tal como práctica pública cotidiana del poder en el momento en que la comunidad primitiva desarrolla los medios de producción complejos dando lugar a excedentes de riqueza lo cual alienta la aparición de una minoría, quien se apropió de esos excedentes y explotó a los otros miembros de la colectividad. La propaganda como fenómeno público, vino a manifestarse cuando la sociedad se divide entre privilegiados y postergados.¹² Es decir este excedente se traduce entre trabajo gratuito o tributo. En este sentido la propaganda es simplemente la tarea de proselitismo o predicación con el fin de obtener conversiones. Por mucho tiempo el término estuvo limitado a este uso específico. Hasta una época muy reciente, no fue empleado para describir otra forma de promoción y persuasión, de cualquier manera, la propaganda es el empleo deliberado de símbolos con el propósito de cambiar las creencias e ideas de la gente y en último término, sus actos.

¹¹ Domenach, Jean-Marie, LA PROPAGANDA Política. Horacio De Lenos, 8a. edición, Buenos Aires, EUDEBA, 1986, 136 PP.

¹² ibidem

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The text notes that without reliable records, it would be difficult to track the flow of funds and identify any irregularities.

2. The second part of the document outlines the specific procedures for recording transactions. It details the steps involved in the accounting process, from the initial recording of a transaction to the final posting to the general ledger. The text stresses the need for consistency and accuracy in these procedures to ensure that the financial statements are reliable and free from error.

3. The third part of the document addresses the role of internal controls in the accounting process. It explains how internal controls are designed to prevent and detect errors and fraud, and how they contribute to the overall effectiveness of the financial system. The text highlights the importance of a strong internal control environment and the need for regular monitoring and evaluation of these controls.

4. The fourth part of the document discusses the impact of technology on the accounting process. It notes that the use of computerized accounting systems has significantly improved the efficiency and accuracy of financial reporting. However, it also points out that the use of technology has introduced new risks, such as data security and system failures, which must be carefully managed.

5. The fifth part of the document concludes by summarizing the key points discussed and emphasizing the importance of a commitment to high standards of accounting practice. It states that only through a combination of accurate record-keeping, robust internal controls, and the effective use of technology can the financial system be maintained in a state of integrity and reliability.

6. The sixth part of the document provides a detailed overview of the accounting cycle, which is a systematic process used to record, summarize, and report the financial transactions of an organization. It consists of eight distinct steps, from identifying the accounting event to preparing the financial statements. The text explains how each step contributes to the overall accuracy and completeness of the financial records.

7. The seventh part of the document discusses the various types of accounts used in the accounting system, including assets, liabilities, equity, revenue, and expense accounts. It explains how these accounts are organized and how they interact with each other to provide a comprehensive view of the organization's financial position and performance. The text also highlights the importance of maintaining a clear and consistent classification of these accounts.

8. The eighth part of the document addresses the issue of adjusting entries, which are necessary to ensure that the financial statements reflect the true financial position of the organization at the end of the accounting period. It explains how adjusting entries are used to correct errors and to recognize revenues and expenses that have not yet been recorded. The text emphasizes the need for careful attention to these entries to avoid misstatements.

9. The ninth part of the document discusses the preparation and presentation of financial statements, which are the primary means by which the financial performance and position of an organization are communicated to stakeholders. It outlines the requirements for the preparation of these statements, including the need for accuracy, transparency, and adherence to established accounting standards. The text also discusses the importance of providing clear and concise explanations of the information presented in the statements.

10. The tenth part of the document concludes by discussing the role of the accounting profession in maintaining the integrity and reliability of the financial system. It highlights the importance of professional standards, ethics, and ongoing education for accountants. The text states that a strong and ethical accounting profession is essential for the confidence of investors, creditors, and the public in the financial system.

Como forma de poder y control social, ya que, difiere de la coerción física y de la violencia organizada. La manipulación deliberada de las palabras y otros símbolos con el fin de conseguir un cambio de las opiniones, actitudes y en definitiva de las acciones, es sin embargo algo tan viejo como la historia escrita. Desde el punto de vista psicológico, la actual fabricación consciente de slogan, estereotipos, leyendas y mitos solo difiere de la producción inconsciente de dichos materiales verbales por la intención expresa de modificar las creencias, convicciones, actitudes y comportamientos. En el proceso de campañas políticas que recientemente hemos vivido, se ha podido observar, que una de las características más importantes de las campañas políticas ha sido la creación de una imagen.

Ya que toda persona se deberá de nutrirse de los mensajes escritos, hablados o simplemente dibujados: dejando conocer algo que interesara al transmisor para influir en las personas. Para este encuadramiento teórico, el de las interacciones entre dos o más personas con ideología diferente. Dicha ideología son unidades semánticas, paulatinamente desplegadas en el panorama cognitivo de los sujetos en función de las imágenes que reciben como receptores del mensaje (en una situación de conversación, de discurso o de visualización del mismo) La publicidad tiende a reprimir toda explicación y si la TV reduce la publicidad política hace desaparecer la racionalización, elemento clave para la toma de decisiones en una auténtica democracia.

De igual manera, en la televisión se ha lucrado como nunca antes con las aspiraciones, sentimientos y emociones de los sujetos sociales, en tanto que su sobre-exaltación audiovisual se ha utilizado como herramienta publicitaria y propagandística con la que se busca fijar determinadas visiones de la realidad e instalar necesidades (innecesarias) de consumo, mediante una simplificación visual de la complejidad social que la convierte en un mundo compuesto de extremos únicos, radiantes (al que se llega si se compra o se hace lo que se vio en televisión) en el que no cabe nada más que la concepción facilista del éxito inmediato a menudo secundada por actores, líderes de opinión o cantantes; en el

1. The first part of the document
describes the general situation
of the country and the
state of the economy.
It also mentions the
main problems that
the government is facing.
The second part of the
document discusses the
measures that the
government has taken
to address these
problems. The third
part of the document
concludes with a
summary of the
main findings and
recommendations.

2. The first part of the document
describes the general situation
of the country and the
state of the economy.
It also mentions the
main problems that
the government is facing.
The second part of the
document discusses the
measures that the
government has taken
to address these
problems. The third
part of the document
concludes with a
summary of the
main findings and
recommendations.

3. The first part of the document
describes the general situation
of the country and the
state of the economy.
It also mentions the
main problems that
the government is facing.
The second part of the
document discusses the
measures that the
government has taken
to address these
problems. The third
part of the document
concludes with a
summary of the
main findings and
recommendations.

4. The first part of the document
describes the general situation
of the country and the
state of the economy.
It also mentions the
main problems that
the government is facing.
The second part of the
document discusses the
measures that the
government has taken
to address these
problems. The third
part of the document
concludes with a
summary of the
main findings and
recommendations.

5. The first part of the document
describes the general situation
of the country and the
state of the economy.
It also mentions the
main problems that
the government is facing.
The second part of the
document discusses the
measures that the
government has taken
to address these
problems. The third
part of the document
concludes with a
summary of the
main findings and
recommendations.

6. The first part of the document
describes the general situation
of the country and the
state of the economy.
It also mentions the
main problems that
the government is facing.
The second part of the
document discusses the
measures that the
government has taken
to address these
problems. The third
part of the document
concludes with a
summary of the
main findings and
recommendations.

que las conductas socialmente cuestionables se vuelven acciones socialmente atractivas, y en el que se puede escapar de una realidad con la que no se está conforme si se sigue lo anterior. El resultado final de esta sobreexplotación afectiva es la perversión de la identificación-asimilación-diferenciación social que ahora se reduce al “look”, a la simple imitación, y al agravamiento de la insensibilidad o de la hipersensibilidad en los receptores.¹³ Se concebirá así un instrumento de evaluación y control es decir por medio de encuestas o entrevistas. Organizando y guiando así la investigación del tema, durante un determinado tiempo que me lleve a la conclusión y satisfacción de obtener un trabajo que este sustentado en lógica y teoría. Bernays dice: “me resulta más fácil cambiar el punto de vista de millones de seres humanos que el de uno solo” y “he aprendido que las costumbres viejas pueden romperse a través de estímulos dramatizados, diseminados por una red de comunicación”.¹⁴ También es acertado mencionar lo que Bernays escribe “una criatura que adopta su realidad a sus propias necesidades, que transforma la realidad de acuerdo consigo mismo, que construye su propia realidad, solo busca el engaño de si mismo fuera de buscar su propia verdad”¹⁵ Al igual que la comunicación humana es uno de los principales pilares en los que se basa la continuidad de la sociedad y la articuladora del pensamiento social y la cultura, las organizaciones políticas deben su permanencia a los intercambios y flujos de información que las vinculan con el entorno social, con los sujetos sociales y con las dinámicas prevalecientes tanto en el relacionamiento de los segundos con el primero como entre los segundos. Se trata de una particular forma de comunicación social que tiene que ver con los procesos de toma de decisiones y las relaciones de poder que se presentan en las organizaciones, especialmente en las gubernamentales.¹⁶ Para ello podemos decir que la comunicación política, que es el intercambio de toda aquella información que conlleva algún tipo de consecuencia para el funcionamiento del sistema político, y en la que intervienen actores políticos (instituciones, grupos de presión, gobiernos), medios de

¹³Sartori Giovanni (2009), *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida*, México: Santillana Ediciones Generales

¹⁴Oscar Sánchez Alonso, *El servicio, posventa de la política; lógica publicitaria, mercadotecnia política*, Salamanca, Universidad Pontificia

¹⁵Ibidem.

¹⁶Mora Ledesma, Martín (2007), *Breve Manual de Comunicación Política*, México: Centro de Profesionalización del Sector Público y Privado A.C.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The text notes that records should be kept for a minimum of seven years and should be accessible to authorized personnel at all times.

2. The second part of the document outlines the specific requirements for record-keeping. It states that all transactions must be recorded in a clear and concise manner, using a standardized format. This includes recording the date, amount, and description of each transaction. The text also requires that records be kept in a secure and protected environment, with access restricted to authorized personnel only.

3. The third part of the document discusses the role of internal controls in ensuring the accuracy and reliability of financial records. It notes that internal controls should be designed to prevent errors and fraud, and to ensure that all transactions are properly recorded and reported. The text emphasizes that internal controls should be regularly reviewed and updated to reflect changes in the business environment.

4. The fourth part of the document discusses the importance of transparency and accountability in financial reporting. It states that financial statements should be prepared and presented in a clear and understandable manner, and that they should be subject to independent audit. The text also notes that management should be held accountable for the accuracy and reliability of the financial information they provide.

5. The fifth part of the document discusses the role of technology in financial record-keeping. It notes that the use of computerized systems can improve the accuracy and efficiency of record-keeping, and can also help to reduce the risk of fraud. The text emphasizes that any system used for record-keeping should be secure and reliable, and should be subject to regular testing and maintenance.

6. The sixth part of the document discusses the importance of training and education for personnel involved in financial record-keeping. It notes that personnel should be trained in the proper use of record-keeping systems and in the identification and prevention of fraud. The text also emphasizes that personnel should be kept up-to-date on the latest developments in financial record-keeping and on the latest techniques for detecting and preventing fraud.

7. The seventh part of the document discusses the importance of regular audits and reviews of financial records. It notes that audits and reviews should be conducted on a regular basis to ensure that records are accurate and reliable, and to identify any areas where improvements can be made. The text also notes that audits and reviews should be conducted by independent personnel who are not involved in the day-to-day operations of the business.

8. The eighth part of the document discusses the importance of maintaining a strong ethical culture within the organization. It notes that a strong ethical culture can help to prevent fraud and other unethical behavior, and can also help to ensure that financial records are accurate and reliable. The text emphasizes that management should lead by example and should promote a culture of integrity and honesty.

9. The ninth part of the document discusses the importance of staying up-to-date on the latest developments in financial record-keeping. It notes that the financial system is constantly evolving, and that record-keeping practices must also evolve to keep pace with these changes. The text emphasizes that personnel should be encouraged to stay up-to-date on the latest developments in financial record-keeping and to share their knowledge with others in the organization.

10. The tenth part of the document discusses the importance of maintaining a strong relationship with external auditors. It notes that external auditors play a critical role in ensuring the accuracy and reliability of financial records, and that a strong relationship with them can help to improve the quality of financial reporting. The text emphasizes that management should work closely with external auditors to address any issues that arise and to ensure that all requirements are met.

comunicación, ciudadanos (o electores durante los procesos electorales), entorno, pensamiento social orientado a la política y a la cultura política. A través de ella es posible el mantenimiento y legitimación de las relaciones de poder, de las relaciones entre gobernantes y gobernados, de las decisiones tomadas y de las acciones emprendidas en tanto que permite el intercambio (conflictivo las más de las veces) de demandas y respuestas entre los actores políticos y los ciudadanos, con la intermediación (y a veces el protagonismo) de los medios de comunicación¹⁷ En si solo por la persuasión un individuo puede ser controlado en contra de su voluntad, las personas se han influido unas a otras a través de los tiempos, tanto por los más elevados propósitos, como por los más bajos motivos y cada uno de nosotros tiene alguna intención de influir en otros seres humanos. El intento de persuadir requiere de un mensaje bien intencionado y entendido por el público. En campañas electorales es el de votar por una opción política o el de no votar por otro complemento que sirven como marco a todo mensaje electoral. Se intenta persuadir a los ciudadanos para que acudan a las urnas y voten por un candidato o partido que haya conectado con sus creencias y actitudes del individuo; ya que las actitudes no determinan el proceder de la conducta pero la predispone a actuar en un sentido determinado. Los factores que influyen en la percepción de la ciudadanía, incluye las expectativas que requiere e satisfacer el candidato de acuerdo con las características de la población, considerando sus variables culturales, histórico, sociales y económicas. Ya que el objetivo del mensaje es el convertir (crear deseo) atraer y aumentar el mismo. En la actualidad, el spot político se ha convertido en un género por sí mismo, aunque la mayoría de las formas presentadas que se aplican son el cruce de otros géneros largamente desarrollados en el medio televisivo, como el anuncio comercial, la ficción, el documental o reportaje periodístico, el videoclip, la propaganda militante, la parodia o el espectáculo deportivo o musical. El spot ha cobrado una enorme importancia gracias a su capacidad para concentrar un mensaje repetidamente. La cotidianeidad de la vida política durante las elecciones, y la cada vez mayor abstención de muchos ciudadanos hacen del spot una manifestación extrema de

¹⁷ibidem

The first part of the document is a letterhead containing the name of the organization and its address. Below this, there is a section for the recipient's information, including their name and address. The main body of the document contains several paragraphs of text, which appear to be a formal letter or report. The text is somewhat blurry and difficult to read, but it seems to discuss various matters related to the organization's activities.

The second part of the document is a list of items or a table of contents. It contains several entries, each with a number and a corresponding description. The entries are arranged in a structured format, likely for reference or tracking purposes. The text is also blurry, but the structure is clear.

la visualización de los programas electorales, en busca, fundamentalmente, de un nicho en la opinión política de los votantes.

El spot electoral no persigue simplemente la exposición de las principales ideas de un partido, sino que, debido a la alta competitividad electoral y a la cada vez mayor cercanía respecto a algunos de los temas centrales entre las diferentes posturas ideológicas, también despliega mensajes que contienen duras alusiones a los contrincantes. Todo ello produce un tipo de narración y edición altamente estereotipado, agresivo, teatral y de gran impacto mediático, lo que, a su vez, lleva a la creación de paradigmas espectaculares, en un medio como el televisivo, muy propenso a ello. Podría decirse que el spot busca el interés y el apego de los votantes queriendo atraer la atención de la población hacia el partido para crear la necesidad de votar por él, así como desarrollando el mismo estimulando la preferencia del ciudadano hacia el partido e incrementar beneficios que representen una concentración para demostrar al electorado la corrección entre lo que busca o cree convertir a los militantes en aliados. En si el objetivo como ya se ha mencionado del spot es influir en cada ciudadano cuyas decisiones y preferencias determinen el éxito electoral para lograrlo se requiere crear y establecer en la mente del ciudadano una identidad única y permanente hacia una identidad de calidad y beneficio del partido. Los spots posibilitan la información de los hechos y el intercambio de opiniones entre los agentes implicados, logrando medidas adoptadas para que sean vinculadas y resulten necesaria tanto el origen del poder como en su posterior ejercicio. Es decir para organizar la comunidad, orientando y sirviendo como guía: permite definir objetivos, identificar problemas y conseguir posturas consensuadas. Los conceptos suelen vertebrarse mediante los ejes de los valores como ejemplo: confianza, desconfianza, corrupción, honestidad, esperanza, justicia etc. En si los spots como ventajas presenta la existencia de importantes atractivos, no solo de tipo estético, ya que reúne color, sonido, imagen y movimiento en un conjunto atrayente que llega a un público numeroso y diverso, prácticamente universal, lo cual se ha visto últimamente potenciado por el desarrollo de las telecomunicaciones.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions.

2. It then goes on to describe the various methods used to collect and analyze data.

3. The next section details the results of the study, showing a clear correlation between the variables.

4. Finally, the document concludes with a series of recommendations for future research.

5. The authors also provide a list of references for further reading.

6. In addition, they include a table of data that supports their findings.

7. The document is well-organized and easy to read, making it a valuable resource.

8. It is particularly useful for those interested in the field of data analysis.

9. The authors have done a great job of presenting their work in a clear and concise manner.

10. Overall, this document is a high-quality piece of research that provides valuable insights.

11. It is a must-read for anyone looking to stay up-to-date on the latest trends in the industry.

12. The authors have clearly demonstrated their expertise in this area.

13. This document is a testament to the power of data-driven decision making.

14. It is a great example of how to effectively communicate complex information.

15. The document is a well-written and informative piece of research.

16. It provides a comprehensive overview of the current state of the field.

17. The authors have clearly identified the key issues and challenges in the industry.

18. Their findings are both novel and significant, contributing to the body of knowledge.

19. The document is a valuable resource for anyone working in the field.

20. It is a well-structured and easy-to-read document that is highly accessible.

21. The authors have clearly demonstrated their understanding of the subject matter.

22. This document is a great example of how to effectively communicate research findings.

23. It is a well-written and informative piece of research that is highly accessible.

24. The authors have clearly demonstrated their understanding of the subject matter.

25. This document is a great example of how to effectively communicate research findings.

26. It is a well-written and informative piece of research that is highly accessible.

27. The authors have clearly demonstrated their understanding of the subject matter.

28. This document is a great example of how to effectively communicate research findings.

Se posibilita así un minucioso conocimiento de toda variable que pudiera incidir en esa elección final de los consumidores” darles un producto o servicio a su exclusiva medida”. Ya que el hombre medio es un ser esencialmente influenciado, se ha llegado a ser posible sugerirle opiniones que tendrá como suyas. Se trata de destacar ciertas ideas y ciertos hombres con procedimientos bien delimitados; expresión normal de la actividad política, fusión de la ideología con la política, la propaganda se nutre de una mitología de liberación “salvación” pero está ligado al instinto del poder y al combate; a una mitología guerrera y revolucionaria. Se utiliza mito como “los hombres que participan de los grandes movimientos sociales que representan su acción en forma de imágenes de batallas en las que siempre triunfa su causa”.

Como aquel proceso del consumidor en reacción ante un mensaje que promueve algún producto o servicio dándose en tres formas: la decodificación del mensaje, activación del sistema motivacional y respuesta oculta o abierta. Por ello podemos decir que si se persuade a los ciudadanos puede contribuir a conferir un poco de libertad a las personas manipuladas por los spots se trata de un arma comunicativa que busca persuadir, convencer e influir en torno a temas sociales, políticos o económicos que resultan controversiales o de mucha importancia en momentos y lugares específicos. Esto, mediante la utilización y manipulación de diversos recursos y técnicas (discursos, escenarios, formatos de presentación, etc.); de las informaciones disponibles que contribuyan a alcanzar determinado deseo u objetivo; del lenguaje gestual (burla, aburrimiento, descredito), corporal (posturas, vestimentas), y lingüístico (mentiras, omisiones, minimizaciones, exageraciones, ofensas y metáforas argumentativas, variaciones de entonación y pronunciación); de objetos, sujetos, situaciones y fenómenos (líderes de opinión, banderas, desastres naturales, manifestaciones, etc.); de las dimensiones temporales (una reconstrucción del pasado, una definición del presente y una estructuración de un futuro deseado) y de causa-efecto (tal sucedió, por eso es así/si esto no pasa, mañana será así); de los componentes (niveles cognitivos,

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. This is essential for ensuring the integrity of the financial data and for providing a clear audit trail. The records should be kept up-to-date and should be easily accessible to all relevant parties.

2. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. These methods include direct observation, interviews, and the use of specialized software. Each method has its own strengths and weaknesses, and it is important to choose the most appropriate one for the specific situation.

3. The third part of the document describes the process of data analysis. This involves identifying patterns and trends in the data, and then using statistical techniques to test hypotheses. The results of the analysis should be presented in a clear and concise manner, using tables and graphs where appropriate.

4. The final part of the document discusses the implications of the findings. It is important to consider the broader context of the data and to draw conclusions that are supported by the evidence. The findings should be used to inform decision-making and to guide future research.

5. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. This is essential for ensuring the integrity of the financial data and for providing a clear audit trail. The records should be kept up-to-date and should be easily accessible to all relevant parties.

6. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. These methods include direct observation, interviews, and the use of specialized software. Each method has its own strengths and weaknesses, and it is important to choose the most appropriate one for the specific situation.

7. The third part of the document describes the process of data analysis. This involves identifying patterns and trends in the data, and then using statistical techniques to test hypotheses. The results of the analysis should be presented in a clear and concise manner, using tables and graphs where appropriate.

8. The final part of the document discusses the implications of the findings. It is important to consider the broader context of the data and to draw conclusions that are supported by the evidence. The findings should be used to inform decision-making and to guide future research.

9. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. This is essential for ensuring the integrity of the financial data and for providing a clear audit trail. The records should be kept up-to-date and should be easily accessible to all relevant parties.

10. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. These methods include direct observation, interviews, and the use of specialized software. Each method has its own strengths and weaknesses, and it is important to choose the most appropriate one for the specific situation.

11. The third part of the document describes the process of data analysis. This involves identifying patterns and trends in the data, and then using statistical techniques to test hypotheses. The results of the analysis should be presented in a clear and concise manner, using tables and graphs where appropriate.

12. The final part of the document discusses the implications of the findings. It is important to consider the broader context of the data and to draw conclusions that are supported by the evidence. The findings should be used to inform decision-making and to guide future research.

13. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. This is essential for ensuring the integrity of the financial data and for providing a clear audit trail. The records should be kept up-to-date and should be easily accessible to all relevant parties.

14. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. These methods include direct observation, interviews, and the use of specialized software. Each method has its own strengths and weaknesses, and it is important to choose the most appropriate one for the specific situation.

15. The third part of the document describes the process of data analysis. This involves identifying patterns and trends in the data, and then using statistical techniques to test hypotheses. The results of the analysis should be presented in a clear and concise manner, using tables and graphs where appropriate.

16. The final part of the document discusses the implications of the findings. It is important to consider the broader context of the data and to draw conclusions that are supported by the evidence. The findings should be used to inform decision-making and to guide future research.

17. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. This is essential for ensuring the integrity of the financial data and for providing a clear audit trail. The records should be kept up-to-date and should be easily accessible to all relevant parties.

18. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. These methods include direct observation, interviews, and the use of specialized software. Each method has its own strengths and weaknesses, and it is important to choose the most appropriate one for the specific situation.

19. The third part of the document describes the process of data analysis. This involves identifying patterns and trends in the data, and then using statistical techniques to test hypotheses. The results of the analysis should be presented in a clear and concise manner, using tables and graphs where appropriate.

20. The final part of the document discusses the implications of the findings. It is important to consider the broader context of the data and to draw conclusions that are supported by the evidence. The findings should be used to inform decision-making and to guide future research.

21. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. This is essential for ensuring the integrity of the financial data and for providing a clear audit trail. The records should be kept up-to-date and should be easily accessible to all relevant parties.

22. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. These methods include direct observation, interviews, and the use of specialized software. Each method has its own strengths and weaknesses, and it is important to choose the most appropriate one for the specific situation.

23. The third part of the document describes the process of data analysis. This involves identifying patterns and trends in the data, and then using statistical techniques to test hypotheses. The results of the analysis should be presented in a clear and concise manner, using tables and graphs where appropriate.

24. The final part of the document discusses the implications of the findings. It is important to consider the broader context of the data and to draw conclusions that are supported by the evidence. The findings should be used to inform decision-making and to guide future research.

emociones y sentimientos) y formas de expresión delpensamiento social¹⁸ admitiendo que los medios de comunicación en este caso la televisión (spot) tiene el propósito de inferir en la decisión del votante, sin más podemos mencionar que si presentamos una crítica más abierta y una visión lejos del mundo imaginario que nos dejan ver ser pertenecientes de nuestro propio camino hacia la decisión de nuestra participación. Si bien es preciso conocer lo que es participación ciudadana se denomina así a la integración de la ciudadanía en el proceso de adopción de decisiones del gobierno de su ciudad, autonomía o país. O dicho de otro modo, para que una ciudad o un país moderno proporcionen los mejores servicios y oportunidades a la población, debe contar con gobiernos abiertos y receptivos, dispuestos a escuchar lo que los ciudadanos y ciudadanas les quieren transmitir para contribuir a mejorar la política y la gestión de los asuntos públicos. Eso es Participación Ciudadana: la imprescindible participación de todos los hombres y mujeres que quieran implicarse en los problemas que les afectan, aportando puntos de vista, inquietudes y soluciones. La Participación Ciudadana es el acto de, siendo un ciudadano, intervenir en la vida pública y privada del país en el ámbito público deriva de una contradicción entre poderes. Se plantea en la medida en que existe un Poder (Estado, Administración Pública) y un no poder (ciudadanos) que quiere participar, es decir "tomar parte" o ejercer algún aspecto de ese poder y, en definitiva, tener más poder (ya sea mediante la información, el control, la participación en la gestión, etc.). Por lo cual diríamos también que si su participación se ve coartada por la influencia, el dominio y la injerencia que transmite el spots por medio de su discurso, imagen y propaganda no se daría una democracia ya que el objetivo que persigue la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos no es otro, por tanto, que darle contenido y ampliar la democracia (recordemos que democracia significa "gobierno del pueblo"), avanzando en lo que se conoce como "democracia participativa".

¹⁸ Ferrer Rodríguez, Eulalio (1995), "De la Lucha de Clases a la lucha de frases (de la Propaganda a la Publicidad)", México: Taurus

40

1. The first part of the report
describes the general situation
of the country and the
state of the economy.
2. The second part deals with
the social conditions and
the state of the population.
3. The third part discusses
the political situation and
the role of the government.
4. The fourth part analyzes
the economic development and
the state of the industry.
5. The fifth part examines
the cultural and educational
aspects of the country.

The following table shows the
main data of the report.

Year	GDP	Population	Unemployment	Industry	Education
2010	1.2	10.5	15%	25%	65%
2011	1.3	10.7	14%	26%	66%
2012	1.4	10.8	13%	27%	67%
2013	1.5	10.9	12%	28%	68%
2014	1.6	11.0	11%	29%	69%
2015	1.7	11.1	10%	30%	70%
2016	1.8	11.2	9%	31%	71%
2017	1.9	11.3	8%	32%	72%
2018	2.0	11.4	7%	33%	73%
2019	2.1	11.5	6%	34%	74%
2020	2.2	11.6	5%	35%	75%

Sin dejar pasar que todo esto va atado a la cultura política conocida como el conjunto de valores, concepciones y actitudes que se orientan hacia el ámbito específicamente político, es decir, el conjunto de elementos que configuran la percepción subjetiva que tiene una población respecto al poder. Si la vemos en ese aspecto podemos decir que si el ciudadano decide su voto por medio de su valores, actitudes y lejos de una interferencia de otra ideología, afirmaríamos que debemos construir primero una cultura política en la que los ciudadanos se llene de valores y concepciones justas y acorde al verdadero sistema de gobierno, es decir, dejar ver que la realidad es de cierta forma y no dejarle ver un mundo que no existe: que solo podemos encontrarlo en un medio ficticio, y solo así podemos fomentarle una participación que sea inteligible, sin coacción de medios que busquen un interés único. El ciudadano tiene ese derecho a saber lo que pasa en su país, solo sabiendo que también debemos proponer, fomentar la participación ciudadana a partir de la formación de líderes cuyas actitudes éticas y políticas sean suficientes para promover la justicia social, la soberanía popular y consecuentemente, el desarrollo de la democracia en México. En suma, según estos postulados, existe una relación recíproca entre los factores de cultura política y participación ciudadana. Por lo tanto, ambos factores, al complementarse, permitirían tanto una democracia liberal como una cultura política democrática, procesos que facilitarían una mejora de la calidad de la democracia. En si la búsqueda que se quiere a partir del spot es el impresionar, más que convencer, sugestionar más que explicar. El slogan, la repetición, las imágenes atractivas ganaron terreno, progresivamente a los anuncios serios y demostrativos; de información pasa a ser sugestiva. Podemos discernir que los spots son un autorretrato muy claro, un poco penoso, de la clase política, en donde hay un divorcio absoluto en la búsqueda de votos y la creatividad en todos ámbitos. Esta baja calidad de los mensajes le ofrece a la ciudadanía un mensaje de que está como espectador de un juego ajeno, de un espectáculo en donde no tiene voz, donde no tiene nada que decir.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. This is essential for ensuring the integrity of the financial data and for providing a clear audit trail. The records should be kept up-to-date and should be accessible to all relevant parties.

2. The second part of the document outlines the procedures for handling incoming payments. It is important to ensure that all payments are received in full and that the correct amount is recorded. Any discrepancies should be investigated immediately and reported to the appropriate authority.

3. The third part of the document describes the process for issuing invoices. Invoices should be issued promptly and accurately, reflecting the actual goods or services provided. It is also important to ensure that the correct tax information is included on all invoices.

4. The fourth part of the document discusses the requirements for maintaining proper documentation. This includes keeping copies of all invoices, receipts, and other supporting documents. These documents should be stored in a secure and accessible location for a period of at least seven years.

5. The fifth part of the document outlines the procedures for handling outgoing payments. It is important to ensure that all payments are made to the correct party and that the correct amount is paid. Any discrepancies should be investigated immediately and reported to the appropriate authority.

6. The sixth part of the document describes the process for reconciling the accounts. This involves comparing the company's records with the bank statements and ensuring that they agree. Any discrepancies should be investigated immediately and reported to the appropriate authority.

7. The seventh part of the document discusses the requirements for preparing financial statements. These statements should be prepared accurately and on a regular basis. They should provide a clear and concise summary of the company's financial performance over a given period.

8. The eighth part of the document outlines the procedures for handling tax matters. This includes ensuring that all taxes are paid on time and that the correct amount is paid. It also involves keeping accurate records of all tax-related transactions and providing the necessary documentation to the tax authorities.

9. The ninth part of the document describes the process for handling disputes. This involves identifying the nature of the dispute and taking appropriate steps to resolve it. It is important to remain calm and professional throughout the process and to seek legal advice if necessary.

10. The tenth part of the document discusses the requirements for maintaining proper internal controls. This includes implementing a system of checks and balances to ensure that all transactions are properly authorized and recorded. It also involves conducting regular audits to identify any weaknesses in the system and taking steps to address them.

11. The eleventh part of the document outlines the procedures for handling customer complaints. It is important to respond to complaints promptly and professionally and to take steps to resolve the issue to the customer's satisfaction. This involves listening to the customer's concerns, identifying the cause of the problem, and taking appropriate action to prevent it from recurring.

12. The twelfth part of the document describes the process for handling employee grievances. This involves identifying the nature of the grievance and taking appropriate steps to resolve it. It is important to remain fair and impartial throughout the process and to seek legal advice if necessary.

13. The thirteenth part of the document discusses the requirements for maintaining proper records of employee performance. This involves conducting regular performance evaluations and keeping accurate records of the results. These records should be used to identify areas for improvement and to provide feedback to employees.

14. The fourteenth part of the document outlines the procedures for handling employee discipline. This involves identifying the nature of the disciplinary issue and taking appropriate steps to resolve it. It is important to remain fair and impartial throughout the process and to provide the employee with the opportunity to be heard.

15. The fifteenth part of the document describes the process for handling employee termination. This involves identifying the reasons for the termination and taking appropriate steps to resolve the issue. It is important to remain fair and impartial throughout the process and to provide the employee with the necessary documentation.

16. The sixteenth part of the document discusses the requirements for maintaining proper records of employee benefits. This involves keeping accurate records of all benefits provided to employees and ensuring that they are paid correctly. It also involves providing the necessary documentation to the employees.

17. The seventeenth part of the document outlines the procedures for handling employee safety. This involves identifying potential safety hazards and taking appropriate steps to prevent accidents. It also involves providing safety training to employees and ensuring that they are aware of the company's safety policies.

18. The eighteenth part of the document describes the process for handling employee health and safety. This involves identifying potential health and safety risks and taking appropriate steps to prevent them. It also involves providing health and safety training to employees and ensuring that they are aware of the company's health and safety policies.

19. The nineteenth part of the document discusses the requirements for maintaining proper records of employee training. This involves keeping accurate records of all training provided to employees and ensuring that they are up-to-date on all relevant topics. It also involves providing the necessary documentation to the employees.

20. The twentieth part of the document outlines the procedures for handling employee recruitment. This involves identifying the need for new employees and taking appropriate steps to recruit them. It is important to remain fair and impartial throughout the process and to provide the necessary documentation to the employees.

La propaganda permite caracterizar una dinámica de producción cultural y asumir la lógica de la dominación social, reconociendo los mecanismos por los cuales se llevo a cabo, así como las normas simbólicas y los significados que ellas poseen. En resumen, es la expresión de las formas en que los grupos dominantes se confrontan con los dominados a partir de la representación de un conflicto. Es la promesa de la tranquilidad y la armonía. La peculiaridad básica de la propaganda está en el reconocimiento de la simbiosis de sus interlocutores.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. This is essential for ensuring the integrity of the financial statements and for providing a clear audit trail. The records should be kept up-to-date and should be easily accessible to all relevant parties.

2. The second part of the document outlines the procedures for handling any discrepancies or errors that may arise. It is important to identify the cause of the error and to take appropriate steps to correct it. This may involve reviewing the original documents and consulting with the relevant staff members.

3. The third part of the document describes the process for reconciling the accounts. This involves comparing the internal records with the bank statements and ensuring that they agree. Any differences should be investigated and explained. This process is crucial for ensuring that the financial statements are accurate and reliable.

4. The fourth part of the document discusses the importance of regular reviews and audits. This helps to ensure that the financial records are being maintained correctly and that any potential issues are identified early. It also provides an opportunity to assess the effectiveness of the internal controls and to make any necessary improvements.

5. The fifth part of the document outlines the responsibilities of the staff members involved in the financial reporting process. It is important that all staff are aware of their roles and responsibilities and that they are held accountable for their actions. This helps to ensure that the process is carried out consistently and to a high standard.

6. The sixth part of the document discusses the importance of communication and collaboration between all relevant parties. This includes the finance department, the management, and the external auditors. Regular communication helps to ensure that everyone is kept up-to-date and that any potential issues are resolved quickly and effectively.

7. The seventh part of the document describes the process for preparing the financial statements. This involves gathering all the necessary data and ensuring that it is accurate and complete. It also involves reviewing the statements and ensuring that they are presented in a clear and concise manner. This is a critical step in the financial reporting process.

8. The eighth part of the document discusses the importance of transparency and accountability in the financial reporting process. This means that all transactions should be recorded and reported accurately and that any potential issues should be disclosed. This helps to build trust and confidence in the financial statements and the organization as a whole.

9. The ninth part of the document outlines the final steps in the financial reporting process, including the approval and signing of the financial statements. It is important that all relevant parties are involved in this process and that the statements are signed and dated correctly. This ensures that the financial statements are valid and reliable.

10. The tenth part of the document discusses the importance of ongoing monitoring and improvement of the financial reporting process. This involves regularly reviewing the process and identifying any areas for improvement. It also involves staying up-to-date with any changes in accounting standards and regulations. This helps to ensure that the financial reporting process remains effective and efficient.

Capítulo I

EL SPOT POLÍTICO, FUENTE DE PERSUASIÓN.

En éste capítulo se va a señalar las generalidades de los spots políticos, los cuales están contemplados primeramente en definiciones de diferentes autores; y la importancia que de ellos emana así como aquella opinión pública por la cual se da el sentido de la persuasión y el comportamiento electoral.

1.1 Generalidades del spot político

Para iniciar el estudio de los antecedentes de los spots políticos (propaganda política), empezaremos por definir lo que es un spot político.

El spot político es una de las más importantes técnicas de convencimiento del elector, y como consecuencia, de captación de votos. El spot político es un conjunto de técnicas específicas y medios de comunicación social, los cuales los podemos ver en todos lados, es decir medios de comunicación como lo es la radio, el periódico o la televisión, que tienen como objeto dar a conocer un programa electoral, un perfil de un candidato, o una serie de ventajas de un partido político el cual es un representante formal de la sociedad, es un representante que tiene por objeto el intercalarse a la sociedad con el gobierno, tal y como lo dice Maquiavelo en su libro "El Príncipe" donde hace una constatación de lo que la sociedad quiere y cómo quiere ser representada en un mercado político.¹⁹ Podemos definir al spot como el intento deliberado realizado por agentes especializados para provocar cambios de opinión en la ideología del votante.²⁰ Pero aunado a que la sociedad no sabe de tales agentes, sino sólo ve a lo externo de la propaganda política, ve lo que está en calles, folletos o en la televisión, sin saber realmente cómo ha sido creada.

¹⁹ Barranco Sain Fco. Javier. Técnicas de marketing político. Pág. 141

²⁰ Izquierdo F. La publicidad política. Pág. 14

THE DEPARTMENT OF

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

Técnicamente es el manejo y manipulación de las opiniones y los sentimientos colectivos. Se apela a exagerar las pasiones a difamar a una personalidad.²¹

Lo que se busca en la propaganda política es convencer a la sociedad que el candidato en cuestión es el más indicado. Es un tipo de acción comunicativa que intenta lograr fines de manera rápida e intensa apoyándose en creencias y sentimientos radicales.²² Todo lo que se toca puede ser incluso infame o ridículo para la sociedad, puede pasar de un momento ridículo del candidato con tal de tener el voto del electorado. Doob (Doob, L. W. 1935) describe a la propaganda como un "intento sistemático, realizado por un individuo o individuos, para controlar sus actitudes por medio del empleo de sugestión, y en consecuencia, para controlar sus acciones"²³ El término propaganda tiene mala reputación, a pesar de su origen etimológico. Sugiere la manipulación de opiniones con propósito ulterior. Doob (1935) declara que la propaganda, ya sea intencionalmente, o sin proponérselo, trata de controlar las actitudes de la gente. El que la propaganda sea buena o mala, no depende del hecho de que sea o no propaganda, sino el uso que se le da.

Se define a la propaganda, como el uso más o menos deliberado, planeado o sistemático de símbolos, principalmente mediante la sugestión y otras técnicas psicológicas conexas, con el propósito, en primer lugar de alterar y controlar las opiniones, ideas y valores en último término de modificar la acción manifiesta según líneas predeterminadas. La propaganda puede ser abierta y su propósito confesado o bien ocultar sus intenciones. Se encuentra situada siempre bajo un marco socio-cultural, sin el cual no puede comprenderse ni sus rasgos psicológicos, ni sus rangos culturales. La propaganda puede ser empleada por un grupo de intereses especial en oposición a otro grupo de interés especial en oposición a otro grupo, o bien en relación a un público o consumidor más amplio.

²¹González Llaca E. Teoría y Práctica de la propaganda política. Pág. 73

²²Cossio Carlos. La opinión pública. Pág. 12

²³Klineberg, Psicología Social. .pp.471.

Faint, illegible text in the left column, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Faint, illegible text in the right column, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Faint, illegible text in the left column, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Faint, illegible text in the right column, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

En si definen al spot como la propagación de ideas, opiniones y actitudes, cuyo propósito verdadero no se explica con claridad a quien lo escucha o lee...Por otro lado todo esto significa que el spot es un fenómeno de influencia social.

Y por ello ha podido escribir Alfred Sauvy que el spot constituye un esfuerzo para transformar la opinión de la gente en un determinado sentido. González Llaca nos dice que... Spot es un conjunto de métodos basados principalmente en las materias de la comunicación, la psicología, la sociología y la antropología cultural, que tiene por objeto influir a un grupo humano, con la intención de que adopte la opinión política de una clase social²⁴ A causa de ello se puede plantear que dichos spots han sido instrumento de atracción por medio de la persuasión hacia los ciudadanos; técnica instrumental que se utiliza y que puede atender a razones específicas vinculadas a los intereses del sector de que se trata. Persuadir no supone dar órdenes implican de inteligencia con lenguaje común y de ahí la necesidad de conocer el auditorio que les sirvan como sostén de la argumentación. Entendida también como el proceso por el que un comunicador intenta influir en las creencias, actitudes y conducta de otra persona a través de la transmisión de un mensaje ante el auditorio y por ello habilitan la concepción ideológica de una realidad poco elocuente, es decir, la persuasión ha incidido con cierta intencionalidad que responde a ciertos fines, así como las herramientas para llevarlas a cabo de acuerdo a lo que se ha ido puliendo al paso del tiempo.²⁵

Por ello se mencionaba anteriormente que Jean Blondel mencionaba que el spot político aporta un dinamismo creativo y atrayente al sistema mismo y la entiende como un intercambio de demanda y decisiones entre los miembros de la sociedad; es decir, como la interconexión visual, auditiva y verbal entre dos partes afectadas en la cual se busca un objetivo, ser más penetrante y con mayor cobertura subrayando que el intercambio de signos, señales o símbolos de cualquier clase entre personas se articula en la toma de decisiones política.²⁶

²⁴ González Llaca, Edmundo. Teoría y Práctica de la Propaganda 35 pp.

²⁵ Capdevila Gómez Arantxa, El discurso persuasivo: la estructura retórica de los spots electorales en televisión, aldea global, Barcelona, 2004, pp. 131-167

²⁶ ibídem

Es de suma importancia los spots, para saber llegar a las masas. La propaganda puede influir en la actividad y actitud de un individuo; con ella se pueden crear convicciones, sugeridas por los candidatos en una campaña electoral, de cómo poder convencer a individuos para ganar.

La propaganda y el marketing político son el tipo de publicidad, en el cual a través de éstos términos se puede crear la imagen de un candidato a la presidencia. Se limita a campañas más o menos espaciadas, típicos de la campaña electoral. Se trata entonces de destacar ciertas ideas y ciertos hombres con procedimientos bien delimitados; con la expresión normal de la actividad política.²⁷ Se puede hablar entonces del convencimiento que un candidato o un partido político idóneo para atraer a las masas, esto para inclinar a la sociedad en su arraigo para ganar comicios electorales.

1.2 Características del spot político (propaganda política)

Es una técnica de marketing político, que realiza un partido para la investigación del mercado elector.²⁸ Lo que se quiere buscar y objetivizar es la comunicación, la idea de transmitir un mensaje publicitario; que trae aunado la forma en medios de comunicación, en periódicos, radio o televisión, que contienen mensajes orales y escritos, y el cómo se transmitirán esos mensajes publicitarios. La prioridad de los mensajes y de la propaganda política se plasmarán en un calendario que va recoger las distintas acciones. Dentro de sus características encontramos estas fases su objetivo a seguir son llamar la atención del elector hacia el mensaje político. Es el de despertar el interés hacia el partido PRD o la simpatía hacia el candidato, es el de crear un deseo de votar hacia el partido, el verdadero fin de toda campaña política.²⁹

A-Fase de atención

En la publicidad política los efectos a lograr vienen marcados en la impresión que cause hacia la sociedad. Se basa en observar lo que influye, es decir los detalles

²⁷ J Marie Domenach. La propaganda política. Pág. 1

²⁸ Barranco S. Francisco. Técnica de marketing político. Pág. 153

²⁹ Harold Laswell. Propaganda, Comunicación y Opinión Pública. Pág. 102

DEPARTMENT OF AGRICULTURE
WASHINGTON, D. C.
BUREAU OF PLANT INDUSTRY
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
OFFICE OF THE DIRECTOR
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.

PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.

PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.

PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.
PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.

PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.

PLANT QUARANTINE
WASHINGTON, D. C.

de la publicidad política, como lo son los colores, la imagen del candidato, su vestimenta, etc.

B-Fase de interés

Debe ser necesario despertar el interés del votante hacia el mensaje que se le ha enviado, o el programa electoral que deba conocerse. Para lograr éste interés debe hacerse una adaptación del mensaje al segmento de público objetivo, al que se dirige la publicidad. Dicha adaptación debe ser en lenguaje atractivo y en palabras subliminales, tener un positivismo en general. Al público votante hay que hablarle de lo que realmente le interesa. Así esto es lo que debe ser la publicidad, el de transmitir, haciéndolo a través de exitoso mensaje publicitario, que sea efectivo para la extracción del voto hacia los partidos o los candidatos. Una argucia técnica,³⁰ ratificado por los resultados de la investigación motivacional, es la de introducir figuras humanas en los anuncios que se hacen llegar al público efectivo, a fin de que se haga llegar a la sociedad la imagen del candidato y que se le conozca.

C-Fase de deseo

Para lograr la acción del voto se deberá dar la máxima intensidad al contenido físico y psíquico del mensaje, con el objeto de que quede grabado, de que perdure en la memoria del votante. Aquí la publicidad debe hacerse de tal forma que la imagen del partido o del candidato esté siempre presente en el subconsciente de la persona, prioridad para reaparecer en el momento oportuno y promover la acción del voto. El mensaje va a ser comunicado al elector a través de los anuncios, que tomar distintas formas, viendo unas veces una simple redacción de un texto, otras la emisión de una música o himno del partido y, en la mayoría de las ocasiones un anuncio visual.

³⁰F. Javier Barranco S. Técnicas de marketing político. Pág. 145

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions.

2. It is essential to ensure that all entries are dated and clearly describe the nature of the transaction.

3. Regularly reconciling the records with bank statements helps to identify any discrepancies early on.

4. This process also allows for the timely correction of any errors that may occur.

5. By following these guidelines, you can ensure the integrity and accuracy of your financial records.

6. Consistent record-keeping is a key component of sound financial management.

1.3 Comunicación política y Opinión pública

Cuando hablamos de “opinión pública”, lo hacemos refiriéndonos a un concepto multidisciplinar en cuya formación participan multitud de condicionantes. Las dificultades, en consecuencia, para establecer una definición plausible del término son notorias. Hasta el momento la investigación no ha podido presentar una conceptualización que abarque todas las perspectivas desde las que se puede estudiar el fenómeno. Las definiciones son abundantes, los puntos de vista que se adoptan enormemente variados, y los factores que hay que tener en cuenta para definirla concurren de tal forma que se antoja una tarea enormemente difícil obtener una definición “definitiva” o, valga la redundancia, “definitoria” desde todos los puntos de vista. En la práctica, lo poco a lo que podemos aspirar es a aislar una definición mínimamente operativa que nos permita avanzar en la investigación. Muchos han sido los autores que han estudiado la opinión pública desde las más variadas disciplinas, llegando a conclusiones muy dispersas, incluso contradictorias, sobre las funciones, características y, en suma, definición de la misma.³¹ La opinión pública se estudia como reflejo de una serie de actitudes, comportamientos y costumbres colectivas que juegan el papel de referente de las opiniones sostenidas por los individuos. La opinión pública, desde esta perspectiva, entronca con el conjunto de creencias predominantes en una determinada comunidad. Este concepto de opinión pública enlaza con la tradición liberal, según la cual la opinión pública es el fenómeno por el cual el público (entendido como público ilustrado y racional) debate los asuntos propios de la esfera pública hasta llegar a algún tipo de consenso.

Desde este punto de vista se destaca la relación del concepto “opinión pública” con la acción de dar publicidad, “publicar”, los asuntos públicos en algún soporte que permita mediar entre las élites y los ciudadanos. Por tanto, la función de la prensa y los otros medios de comunicación está en el centro del interés de este acercamiento a la opinión pública en cuanto “opinión publicada”.³² Pone en

³¹Véase un breve resumen de posibles definiciones de la opinión pública en el estudio de Raúl Rivadeneyra (La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio, México, Trillas, 1976), pp. 68 – 73.

³²Sigo aquí la diferenciación establecida por Cándido Monzón (Opinión pública, comunicación y política, Madrid, Tecnos, 1996), pp. 326-332

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The text notes that without reliable records, it would be difficult to track the flow of funds and identify any irregularities.

2. The second part of the document focuses on the role of internal controls. It states that internal controls are designed to ensure that transactions are recorded accurately and in a timely manner. These controls include procedures for authorizing transactions, verifying the accuracy of data, and reconciling accounts. The document stresses that strong internal controls are a key component of an effective risk management strategy.

3. The third part of the document addresses the issue of transparency. It argues that transparency is crucial for building trust and confidence in the financial system. By providing clear and accessible information about transactions and financial performance, organizations can demonstrate their commitment to ethical practices and accountability. The text suggests that transparency can also help to identify areas for improvement and reduce the risk of errors.

4. The fourth part of the document discusses the importance of regular audits. It explains that audits provide an independent and objective assessment of an organization's financial records and internal controls. Regular audits can help to identify weaknesses in the system and provide recommendations for improvement. The document notes that audits are also a key requirement for many regulatory frameworks and can help to ensure compliance with applicable laws and regulations.

5. The fifth part of the document concludes by emphasizing the need for ongoing monitoring and evaluation. It states that the financial system is constantly evolving, and organizations must stay up-to-date on the latest trends and technologies. Regular monitoring and evaluation can help to ensure that internal controls remain effective and that the organization is able to adapt to changing circumstances. The document ends by reiterating the importance of maintaining accurate records, strong internal controls, transparency, and regular audits as key elements of a successful financial system.

6. The sixth part of the document discusses the importance of training and education. It notes that employees must be properly trained and educated to ensure that they understand the organization's policies and procedures. This training should cover topics such as record-keeping, internal controls, and transparency. The document suggests that ongoing training and education can help to ensure that employees are able to perform their duties effectively and ethically. It also notes that training and education can help to reduce the risk of errors and fraud.

7. The seventh part of the document addresses the issue of data security. It states that organizations must take steps to protect their financial records from unauthorized access, loss, or destruction. This can be achieved through the use of secure storage systems, encryption, and access controls. The document emphasizes that data security is a critical component of any risk management strategy and that organizations must be vigilant in protecting their data.

8. The eighth part of the document discusses the importance of communication. It notes that clear and consistent communication is essential for ensuring that all employees understand the organization's policies and procedures. This communication should be ongoing and should involve all levels of the organization. The document suggests that effective communication can help to build a strong culture of transparency and accountability, which is essential for the success of the financial system.

9. The ninth part of the document concludes by emphasizing the need for a strong leadership team. It states that the leadership team is responsible for setting the tone for the organization and ensuring that the financial system is managed effectively. This team should be composed of individuals who are knowledgeable, experienced, and committed to ethical practices. The document notes that strong leadership is a key factor in the success of any organization and is essential for the integrity of the financial system.

relación la opinión pública con el funcionamiento del sistema democrático. La opinión pública es vista como un elemento fundamental de la estructura de las instituciones políticas. Con unas visiones tan variadas de la opinión pública no resulta extraño que el concepto se estudie en relación con multitud de condicionantes. Podemos reseñar los siguientes³³

La sociología de la comunicación de masas estudia las características peculiares del nuevo sistema comunicativo de la sociedad industrializada, caracterizada por la aparición del hombre - masa. Por tanto, se centra en los usos y efectos de los medios de comunicación y, en una perspectiva más general, las interrelaciones que se establecen entre los medios y el público. La comunicación política pone en relación el proceso de formación de la opinión pública con cuestiones propias del mundo de la política. La opinión pública es estudiada en aquel campo (el debate político) en el que tiene mayor relevancia social. En la sociedad de masas, son los medios de comunicación los principales encargados de definir el espacio público. El público como sujeto de la opinión pública y su relación con los conceptos de "multitud" y "masa". Cándido Monzón destaca que la opinión pública es un concepto abierto. Puede darse, en consecuencia, en multitud de ámbitos sociales y personales, aparece en circunstancias variadas y su estudio, por tanto, no debe circunscribirse a unos límites estrictos, por más que sea más habitual o relevante en algunos campos determinados. No puede extrañarnos, en este contexto tan multidisciplinar de acercamientos a la opinión pública, y con tantas manifestaciones posibles de la misma, que definir adecuadamente el concepto sea un proceso harto farragoso. La definición de la opinión pública aparece siempre en relación con unos fenómenos determinados, y siempre en oposición a otras manifestaciones que, en la práctica, son también opinión pública. Aunque la idea de "opinión del público" aparece ya en los textos de los filósofos griegos (la opinión, o doxa, como opuesta a areté, verdad), la opinión pública como fenómeno de

³³ Vid. Cándido Monzón (1996), pp. 333-349.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The text notes that without reliable records, it would be difficult to track the flow of funds and to identify any irregularities.

2. The second part of the document focuses on the role of internal controls. It explains that internal controls are designed to ensure that transactions are recorded accurately and that assets are protected. The document highlights the need for a strong internal control system to minimize the risk of errors and to provide a reasonable assurance of the reliability of financial information.

3. The third part of the document discusses the importance of transparency and accountability. It states that all transactions should be clearly documented and that the results should be made available to the appropriate stakeholders. This transparency is crucial for building trust and for ensuring that the organization is held accountable for its actions.

4. The fourth part of the document addresses the issue of data security. It notes that as the volume of data increases, the risk of data breaches also increases. Therefore, it is essential to implement robust security measures to protect sensitive information from unauthorized access and to ensure the confidentiality and integrity of the data.

5. The fifth part of the document discusses the importance of regular audits. It explains that audits provide an independent assessment of the organization's financial records and internal controls. Regular audits help to identify any weaknesses in the system and to ensure that the organization is complying with applicable laws and regulations.

6. The sixth part of the document focuses on the importance of training and education. It states that all employees should receive appropriate training to ensure that they understand their roles and responsibilities and are equipped with the necessary skills to perform their duties effectively. This training should cover both technical skills and ethical considerations.

7. The seventh part of the document discusses the importance of communication. It notes that clear and effective communication is essential for the success of any organization. This includes both internal communication among employees and external communication with stakeholders. The document emphasizes the need for transparency and for providing timely and accurate information.

8. The eighth part of the document addresses the issue of risk management. It explains that risk management is the process of identifying, assessing, and managing the risks that an organization faces. This process is essential for ensuring the organization's long-term sustainability and for protecting its assets and reputation.

9. The ninth part of the document discusses the importance of continuous improvement. It states that organizations should regularly evaluate their performance and identify areas for improvement. This process involves setting clear goals, measuring performance against those goals, and taking corrective action when necessary. Continuous improvement is essential for staying competitive in a rapidly changing environment.

10. The tenth part of the document discusses the importance of ethical leadership. It notes that leaders should set a strong example and promote a culture of integrity and ethical behavior. This involves being transparent, honest, and fair in all interactions and decisions. Ethical leadership is essential for building trust and for ensuring the long-term success of the organization.

11. The eleventh part of the document discusses the importance of technology. It notes that technology has revolutionized the way organizations operate and has provided new tools and techniques for improving efficiency and effectiveness. However, it also highlights the challenges associated with technology, such as data security and the need for ongoing training and support. The document emphasizes the importance of using technology responsibly and to the benefit of the organization.

12. The twelfth part of the document discusses the importance of sustainability. It explains that sustainability is no longer just a buzzword but a key business strategy. Organizations should consider the environmental, social, and economic impacts of their operations and strive to minimize their negative impact while maximizing their positive impact. This approach is essential for ensuring the long-term viability of the organization and for contributing to the well-being of society.

13. The thirteenth part of the document discusses the importance of innovation. It notes that innovation is the key to staying competitive in a rapidly changing market. Organizations should encourage a culture of innovation and provide the resources and support needed for employees to develop and implement new ideas. Innovation is essential for driving growth and for creating a sustainable competitive advantage.

14. The fourteenth part of the document discusses the importance of customer focus. It states that customers are the lifeblood of any organization and that understanding their needs and preferences is essential for success. Organizations should invest in customer relationship management and strive to provide exceptional customer service. This focus on the customer is essential for building loyalty and for ensuring long-term success.

15. The fifteenth part of the document discusses the importance of talent management. It notes that talent is one of the most valuable assets an organization has and that attracting, developing, and retaining top talent is essential for success. Organizations should invest in talent management and create a supportive work environment that attracts and retains the best people. This focus on talent is essential for driving innovation and for ensuring long-term success.

16. The sixteenth part of the document discusses the importance of financial management. It explains that sound financial management is essential for the long-term success of any organization. This involves setting clear financial goals, monitoring performance, and making informed decisions about resource allocation. The document emphasizes the importance of maintaining a strong financial position and of being prepared for any challenges that may arise.

17. The seventeenth part of the document discusses the importance of legal and regulatory compliance. It notes that organizations must stay up-to-date on the latest laws and regulations and ensure that they are in full compliance. This is essential for avoiding penalties and for protecting the organization's reputation. The document emphasizes the importance of having a strong legal and regulatory framework in place.

18. The eighteenth part of the document discusses the importance of crisis management. It explains that every organization is vulnerable to crises and that having a strong crisis management plan is essential for minimizing damage and for ensuring a quick recovery. This plan should cover all aspects of the organization and should be regularly updated and tested. The document emphasizes the importance of being prepared for any eventuality.

19. The nineteenth part of the document discusses the importance of corporate social responsibility (CSR). It notes that CSR is no longer just a nice-to-have but a key business strategy. Organizations should consider the social and environmental impacts of their operations and strive to be a positive force in society. This approach is essential for building trust and for ensuring long-term success.

20. The twentieth part of the document discusses the importance of strategic planning. It explains that strategic planning is the process of defining the organization's long-term goals and determining the best way to achieve them. This process is essential for ensuring that the organization is focused and that it is making the most of its resources. The document emphasizes the importance of having a clear strategic plan in place.

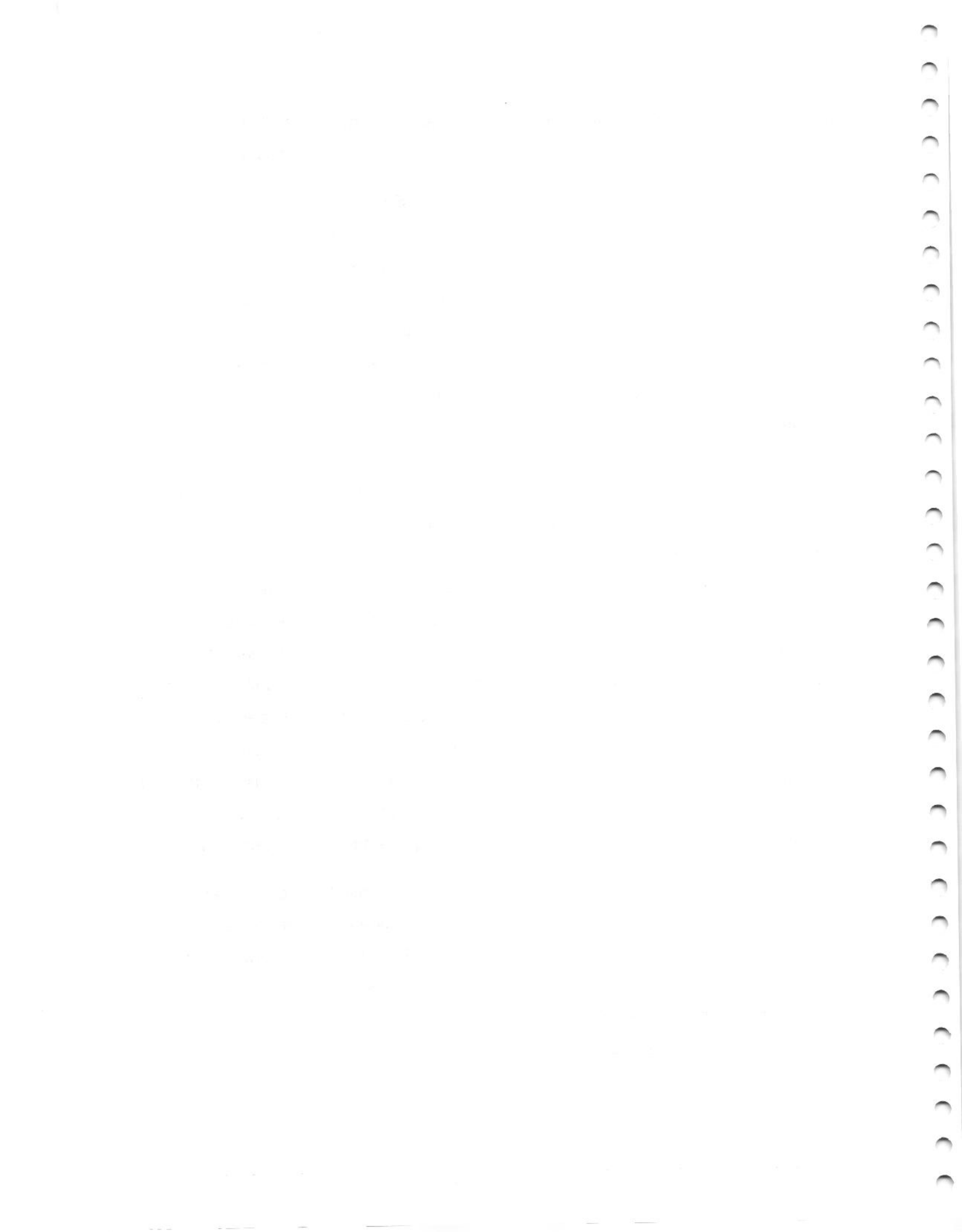
estudio es un concepto emanado de la Ilustración del siglo XVIII, donde se configuran definiciones posibles, en primer lugar, de lo que significa "opinión".³⁴

Se usa para distinguirla del concepto de "hecho": Se refiere al concepto del público sobre los demás, la moral pública y las costumbres que se consideran adecuadas. En general el campo de la comunicación de masas intenta de manera ostensible informar y entretener, debe considerarse dentro de aquellos que utilizan la persuasión. Todos los seres humanos podríamos persuadir, por lo menos en algún momento; este interés por persuadir es universal. La persuasión es una forma de comunicación, Gerbner en su definición nos dice: "La comunicación de masas es la producción y distribución masiva, con fundamentos tecnológicos e institucionales, del flujo constante de mensajes públicos más ampliamente compartidos en las sociedades industriales."³⁵ En esta definición podemos observar que la comunicación de masas, es un sistema que transmite mensajes a individuos que negocian sus significados dentro de un complejo de relaciones sociales e interpersonales. Este es uno de los enfoques que son tomados en cuenta en este capítulo. En la medida en que se ha hecho costumbre que los políticos no admitan que buscan el poder, en esa medida se ha de encubrir el objetivo de la persuasión. La persuasión de tiempo completo, tiene como principal función, la de cambiar los valores, creencias, actitudes y conductas de otras personas. Para alcanzar estos objetivos es necesario utilizar las herramientas de la comunicación. El comunicador-persuasor debe diseñar cuidadosamente sus mensajes para medios específicos de comunicación que llegarán a los receptores que son objeto de la comunicación y que tendrán el máximo impacto.

Las palabras y otros símbolos de comunicación constituirán, por lo tanto, sus estímulos principales. De aquí la importancia del cuidadoso diseño del spot, los mensajes, los discursos, símbolos e incluso los colores empleados en una propaganda política. Cuando hablamos de persuasión por medio de la comunicación, nos referimos a los modos usuales por medio de los cuales se ejercen las normas de influencia.

³⁴Cit. en Price, Vincent, La opinión pública, Barcelona, Paidós, 1994, pp. 19-20.

³⁵Dan Nimmo. La Persuasión Política, 112 pp.



Las campañas políticas por ejemplo así como cualquier otro tipo de esfuerzo humano que involucre los actos de otras personas necesario aprender a diseñar las comunicaciones humanas, lo que permitirá que otros piensen y actúen de acuerdo con nuestros deseos. El término persuasión describe apropiadamente la manipulación de símbolos, diseñada con el fin de producir acción en otras personas; apelando al intelecto y al sentimiento, para obtener algún tipo de consentimiento psicológico. Este de alguna forma describe lo que sucede en los procesos de elección donde existe una clara manipulación, no tan sólo de símbolos, sino de palabras, información, acontecimientos históricos, etc. Todo esto apela al intelecto y a los sentimientos de las personas, que se convertirán en un tiempo determinado en votantes. Un objetivo básico de la comunicación persuasiva es la identificación de personas, cosas e ideas, y la vinculación de ellas con un significado específico.³⁶

Por ese motivo La opinión pública aparece como la suma de opiniones individuales que han alcanzado un estado público, en una especie de mercado de ideas, cosas que al parecer el periódico establecía; así como también de que la filosofía donde semejante emoción podía emanar, correspondía a la verdad. La opinión pública necesita quien la "vocee" desde hace poco más de un siglo, la letra impresa ha demostrado tener una aptitud insuperable para vocear a la opinión pública. Hoy en día la opinión pública es concebida con mayor independencia de los medios de comunicación mexicanos, a partir de la alternancia política en las elecciones presidenciales del 2000, la apertura en los medios se dio de una manera muy amplia, hoy día los medios de comunicación juegan un papel importante en la construcción de la opinión pública en México, lo cual resulta preocupante, debido a que en México se le dedica a la televisión más tiempo que a ninguna otra actividad, y debemos tomar en cuenta que según las nuevas tendencias de la opinión pública donde se ha tomado a la política como un artículo que debe venderse.

³⁶ Ibidem. PP. 112

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions.

2. It is essential to ensure that all entries are supported by appropriate documentation and receipts.

3. Regular audits should be conducted to verify the accuracy of the records and identify any discrepancies.

4. The second part of the document outlines the procedures for handling cash and credit transactions.

5. All cash transactions must be recorded immediately and accurately, with a clear indication of the source and purpose.

6. Credit transactions should be recorded in a separate ledger, and the terms of payment should be clearly stated.

7. The third part of the document provides guidelines for the management of accounts payable and receivable.

8. Accounts payable should be monitored closely to ensure timely payments and to avoid late fees.

9. Accounts receivable should be managed effectively to minimize the risk of non-payment and to improve cash flow.

10. The fourth part of the document discusses the importance of maintaining accurate financial statements.

11. These statements should be prepared regularly and should provide a clear and concise overview of the company's financial performance.

12. The fifth part of the document outlines the procedures for the preparation and filing of tax returns.

13. It is crucial to ensure that all tax obligations are met on time and that all deductions are properly documented.

14. The sixth part of the document provides information on the various financial ratios and metrics used to evaluate a company's performance.

15. These ratios can provide valuable insights into the company's liquidity, profitability, and overall financial health.

16. The seventh part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all assets and liabilities.

17. This information is essential for the preparation of the balance sheet and for the management of the company's capital structure.

18. The eighth part of the document outlines the procedures for the management of fixed assets.

19. This includes the recording of purchases, depreciation, and the disposal of assets.

20. The ninth part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all payroll transactions.

21. This information is essential for the preparation of payroll taxes and for the management of the company's labor costs.

22. The tenth part of the document outlines the procedures for the management of inventory.

23. This includes the recording of purchases, sales, and the valuation of inventory.

24. The eleventh part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all bank transactions.

25. This information is essential for the preparation of the cash flow statement and for the management of the company's liquidity.

En tiempos electorales los partidos políticos contratan las mejores agencias de publicidad para que diseñen sus campañas y entonces convierten al candidato en más allá de una persona con propuestas y soluciones, tratándolo como una mercancía más, identificándolo con slogans, anuncios sumamente llamativos y en últimos tiempo campañas negras. Mientras que la Comunicación resulta ser un proceso demasiado complejo, desde los griegos, se han discutido los planteamientos sobre la comunicación que se da entre nosotros los humanos, y no es para menos, el acto de hablar no implica que exista comunicación. Pero para entender la comunicación política, debemos entender ¿qué es la comunicación? La comunicación es una conducta propia de la vida humana, y más concretamente es un proceso que se desarrolla entre los seres humanos, y que contiene una serie de códigos y significados. En su forma más simple, podemos identificar el proceso de comunicación cuando existe un emisor, un mensaje y un receptor, asumiendo que durante el proceso que se efectúa entre cada componente del proceso, se encuentra la Codificación. Lo anterior podemos identificarlo en el siguiente diagrama:

Emisor + Mensaje + Receptor

→ Codificación → Codificación

- El emisor: instituciones manejadas por personas especializadas
- El receptor: grupo numeroso, heterogéneo y disperso
- El canal: recursos tecnológicos (prensa, radio, cine, etc.)
- El mensaje: contenidos simbólicos

El proceso comunicativo, es inherente al ser humano y ha servido como vía de desarrollo de las sociedades, convirtiéndolas paulatinamente en sociedades más desarrolladas. Podemos entonces decir que la comunicación, en su acepción más general, ha servido para que las relaciones sociales se faciliten.

Faint, illegible text in the left column, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Faint, illegible text in the right column, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Faint, illegible text in the left column, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Faint, illegible text in the right column, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Así pues, podemos decir que “Comunicar consiste en participar el conocimiento y la experiencia. Lo que nos rodea, lo que somos o lo que sabemos se hace común”.³⁷ Con todo lo anterior, podemos afirmar que la comunicación tiene un papel muy importante en el desarrollo de la vida misma, por lo mismo, ahora debemos incluir el término de comunicación social, el cual será fundamental para este estudio.

La comunicación social comprende formas muy elementales que corresponden únicamente al ser humano, como lo son la palabra, el traslado, y la escritura, así, vemos que la primera que nació fue el habla, para después traducir esta en escritura, y por último el traslado, para poder cumplir del todo con el proceso comunicativo. La socialización de la comunicación, ha ido creando sus propios medios para penetrar en diversas sociedades. El hombre utiliza la comunicación con el objetivo de persuadir a sus semejantes a seguir ciertos criterios (valores, normas, principios). Es decir, ha hecho política a través de la comunicación. Bien es sabido, que desde la prehistoria, los antiguos tenían forma de comunicarse entre ellos, no solo mediante el idioma, lo cual es una teoría de Platón al explicar que los seres humanos tenemos un aparato respiratorio, que induce al habla, así como un aparato auditivo, para escuchar lo que nos dicen, es así que Platón asume que el ser humano habla por naturaleza, por lo tanto es un animal político (zoon politikon). Si desde la prehistoria, se habla ya, de relaciones en las cuales se involucran a otros seres humanos, es decir, para que la comunicación pueda existir forzosamente se necesitan como mínimo dos personas, es así que las relaciones con otra gente comienzan a darse, por tanto van creciendo dentro de una comunidad. Así con el avance del tiempo, nos damos cuenta que la comunicación se va ir dando dependiendo de cómo los líderes políticos se desarrollen en sus comunidades, y con ello me refiero al manejo de la retórica, la elocuencia y otras habilidades propias de los líderes políticos, lo cual por supuesto también se ve como un avance en la vida política de los pueblos.

³⁷ Hourdin, G. en Guajardo, H. 1994. Teoría de la Comunicación Social. México: Ed. Gernika, p. 42.

1. The first part of the document

describes the general situation

and the main objectives of the

project. It also outlines the

scope of the work and the

methodology used in the study.

The results of the study are

presented in the following

sections. The first section

describes the data collection

process and the sample used.

The second section presents

the results of the statistical

analysis. The third section

discusses the implications of

the findings for practice and

policy. The fourth section

concludes the study and

provides recommendations for

future research. The fifth

section discusses the

limitations of the study and

the strengths of the research.

The sixth section provides

concluding remarks and

acknowledgements.

La comunicación en su perspectiva política, tiende a buscar un mejor entendimiento entre los sectores que componen a la sociedad y entre ésta y su gobierno, además tratará de propiciar un sano equilibrio entre los medios de comunicación, vigilando que éstos cumplan con su cometido. Debemos tener bien claro, que la comunicación y la política han estado siempre ligadas una a la otra, ya que la comunicación eficiente ha permitido que se logre una mejor organización de la sociedad. "La comunicación política ha sido definida, por ejemplo, como <<el intercambio de símbolos o mensajes que con un significativo alcance han sido compartidos por, o tienen consecuencias para el funcionamiento de los sistemas políticos">>³⁸

Definimos a la comunicación política como el espacio en que intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los partidos políticos, los periodistas y la opinión pública a través de sondeos. Si tomamos en cuenta lo que ya habíamos mencionado arriba acerca de los medios o las formas que tiene la comunicación, y en particular la comunicación política (medios de difusión masiva), vemos que estos juegan un papel muy importante para la sociedad, y es que han sido ellos los encargados de crear el proceso de comunicación que el sistema necesita para su sobrevivencia, me refiero a que son los medios en conjunción con la comunicación política los encargados de crear una ideología y un discurso de poder sobre la sociedad, sobre el cual se irá rigiendo la política que se desarrolle dentro del sistema político. Con base en lo anterior, nos surge la tesis que fundamenta la ideología de izquierda, donde se habla de un servicio de los medios de comunicación hacia la clase dominante (clase política, principalmente). "Los medios son un poderoso aparato educativo, no en el limitado sentido de suministro de conocimientos y de información, sino que en el mucho más importante y profundo de orientación y formación hacia una forma de vida; transmitiendo en suma una ideología, educando para la creación y mantenimiento del tipo de hombre necesario para la estructura dominante... su función concreta es

³⁸Autores citados por Monzón, C.1996, en su libro Opinión Pública y Comunicación Política. Madrid: Ed. tecnos, p. 218

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

la formación de un hombre determinado en función de los intereses dominantes del medio del que se traten.³⁹

Explicamos pues, lo que tenemos: la comunicación política nace como una serie de códigos y significados que se dan en un ambiente donde la democracia predomina. La comunicación por tanto crea una construcción de la personalidad en el individuo, lo cual si hablamos de un colectivo, se convierte en una identidad política. Asimismo, los medios asumen su papel, y por medio de ellos es creada la ideología, lo cual nuevamente en el colectivo va a significar la creación de una cultura política. Ahora debemos adentrarnos en lo que comprende la comunicación política y es momento de precisar que la comunicación política tiene entre sus principales temas, la formación de la opinión pública, el marketing político y muchos otros temas que sean relacionados con las campañas políticas y los procesos electorales.

Según Cándido Monzón, la comunicación política se ha desarrollado con base en los siguientes puntos:

1. El análisis retórico: El cual se basa en el análisis de los símbolos como elementos que se perciben y que influyen en la realidad, así como el análisis del discurso.
2. El análisis de la propaganda: Se refiere en específico para saber qué es lo que interesa expresar como forma de crear una ideología o de persuadir a la gente.
3. Los estudios sobre cambio de actitudes: Se refiere a la influencia que se recibe del medio para que la sociedad se comporte de tal o cual manera
4. Los estudios electorales: En últimos tiempos, la comunicación política ha sido entendida como un semejante de campañas políticas, sin embargo, esto no se desarrolla así. Evidentemente la comunicación política incluye en su estudio a las campañas electorales en función de los medios.

³⁹ ibidem



5. El análisis de la relación entre el gobierno y los medios de comunicación: En relación con la creación de la ideología que los medios tienen como tarea fundamental.

6. El origen del análisis funcional y sistémico: Estas como dos grandes corrientes a partir de las cuales la comunicación política irá asumiendo su papel.

7. Los cambios tecnológicos sufridos: si la comunicación política se ha valido de sus formas y medios para lograr su expansión, no podemos esperar que siga funcionando como en la década de los cuarenta, (durante la segunda guerra mundial), sino se han innovado nuevos medios de comunicación, lo cual hace que los avances tecnológicos, traigan también un beneficio hacia todos los entes, incluso en lo referente al comportamiento social. La situación actual de la comunicación política puede expresarse de la siguiente manera: mientras la clase dirigente maneja una mejor comunicación política con la ciudadanía, ésta tiende a alejarse más de la política; la comunicación política deberá mostrar un contenido más inclusivo y más participativo, de tal manera, podremos lograr el perfeccionamiento de los sistemas democráticos. Resumimos algo muy importante, hoy día la democracia se expresa claramente en la falta de legitimidad, lo que se verá reforzado únicamente si se da un cambio interno.

1.4 COMPORTAMIENTO ELECTORAL

Podemos entender por comportamiento electoral la conducta que vincula a la población con el poder, es decir, a la sociedad con el Estado y que se manifiesta a través del voto.⁴⁰ Hay una diversidad de factores que intervienen en el comportamiento electoral, pueden ser de tipo estable o permanente, es decir, aquellos que dan lugar a alineamientos partidarios más o menos durables, y otros de tipo coyuntural o de corto plazo que actúan en el momento de la elección junto con los factores de largo plazo y tienden a modificar dichos alineamientos.

⁴⁰Jacqueline Peschard, "Comportamiento electoral", en *Léxico de la política*, Fondo de Cultura Económica, México, D. F. 2000.

2000-01-01
1000000000

1000000000

2000-01-01
1000000000

1000000000

2000-01-01
1000000000

1000000000

2000-01-01
1000000000

1000000000

2000-01-01
1000000000

1000000000

2000-01-01
1000000000

1000000000

2000-01-01
1000000000

1000000000

2000-01-01
1000000000

1000000000

2000-01-01
1000000000

1000000000

2000-01-01
1000000000

1000000000

2000-01-01
1000000000

1000000000

En el intento por explicar el comportamiento electoral se han desarrollado tres escuelas o modelos de análisis, estos son: el enfoque sociológico, el psicológico y el racional.

1.4.1 ENFOQUE SOCIOLÓGICO

Concibe al voto como una conducta de grupo en la medida en que lo que define y explica son las características sociales, demográficas, regionales o económicas que comparten los individuos de cierta comunidad o grupo social; puede utilizar datos agregados o individuales, es decir, trabaja ya sea con los resultados de los distritos o circunscripciones electorales relacionándolos con las características socioeconómicas y demográficas de las propias demarcaciones territoriales.

1.4.2 ENFOQUE PSICOLÓGICO

Surge como una reacción crítica al determinismo social de la escuela del enfoque sociológico; una diferencia inmediata entre ambos enfoques es la manera como se concibe el voto, ya que para esta segunda escuela, el voto es ubicado como un acto eminentemente individual, motivado por percepciones y orientaciones personales y subjetivas. Además, señala que el comportamiento electoral es el resultado de la predisposición y las actitudes del elector, es decir, de sus rasgos personales, sistemas de valores y lazos afectivos.

El comportamiento electoral era la identificación partidaria o el partidismo, es decir, la lealtad o adhesión del individuo hacia cierto partido político era lo que definía su preferencia electoral.

1.4.3 ENFOQUE RACIONAL

La tercera escuela la constituye el enfoque racional. A diferencia de los anteriores, éste concibe al voto como un acto individual que responde a las situaciones particulares en las que se emite, es decir, que no se explica por variables estructurales o por rasgos constantes o permanentes del elector, sino por factores de corto plazo frente a los cuales el ciudadano actúa y reacciona de

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

1950

acuerdo con cierto resorte o activador. De acuerdo con la perspectiva racional, en cada elección el ciudadano decide su posición electoral conforme a un cálculo de la utilidad esperada tomando en cuenta las ofertas que se le presentan en la coyuntura particular y evaluando los costos y beneficios posibles de cada una. Este enfoque tiene su inspiración en la economía, ya que entiende la decisión sobre el voto como un procedimiento semejante al que se hace en el mercado al momento de adquirir un producto, poniendo énfasis en primer lugar en lo específico de cada elección.

Las elecciones son un proceso de toma de decisiones del electorado, que son el resultado de la imagen que se han formado de los políticos y de sus actuaciones. Por lo tanto la base son las percepciones, que a su vez se forman por elementos de tipo cognitivo que implican modelos simbólicos aunados a elementos afectivos, a través de la cual se interpreta la realidad; en resumen, la cultura política de esa sociedad en particular. El proceso de toma de decisión, del comportamiento electoral es finalmente la expresión de una actitud: la manera con la que los individuos se comportarán frente a un objeto determinado. Los individuos se han ido formando una aversión hacia cierto político o partido, lo cual influirá en el momento en que haga su voto y una opinión acerca de algo o alguien. Estas influencias llegan del comportamiento de las personas que se rodean unas a otras, y se adiciona a este entorno a los medios de comunicación.

Por tanto en el caso de las elecciones, al igual que en la vida cotidiana, los actores deciden con base a cálculos racionales considerando beneficios que le traerá votar por X o Y partido o candidato. Sin embargo, los ciudadanos en función de su percepción de la buena o mala situación que estén atravesando, pierden rápidamente de vista la perspectiva histórica general, lo que significa perder parte del bagaje de experiencias que esa sociedad tuvo y forjaron su cultura en lo político; ahora se puede apreciar que el individuo, el electorado, exige soluciones inmediatas a problemáticas profundas y estructurales. El ser humano no es sólo determinado por las condiciones sociales macro, el entorno en el que vive y por las instituciones en las cuales está inmerso, ya que es la individualidad capaz de

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page. The text is arranged in several paragraphs and is too light to transcribe accurately.

decidir y de buscar o de utilizar información, argumentos, conocimientos y experiencias previas y de momento para la toma de decisiones. Los modelos de comportamiento electoral son herramientas teóricas para la explicación de la conducta de los electores, pues como seres humanos, estos no actúan únicamente por pertenecer a un grupo social, y por ende a la cultura que en política ejercen, sino que cuenta el hecho de que sientan simpatía o afinidad hacia un partido político en específico, la imagen de los candidatos, sus ofertas, así como la evaluación que los electores hacen de la administración del partido gobernante.

1.5 Conclusiones

En conclusión en el surgimiento de la opinión pública intervienen naturaleza y ambiente público, los medios de comunicación y la propaganda deliberada. Asimismo los constantes adelantos de las ciencias y las técnicas de la comunicación, hacen que el fenómeno social de la opinión pública adquiera enorme importancia. Por lo que no hay opinión sin comunicación. En resumen la propaganda aprovecha y crea estereotipos ya que las personas se mueven por motivos, su conducta adquiere sentido si se le considera según sus propósitos, las necesidades y motivos personales. Al analizar lo que hace a la propaganda encontramos que es muy claro que la opinión pública exige un mismo contexto, para ser más exactos: socio político, es decir, entran en juego las mismas determinantes de la propaganda sin dejar de tener en cuenta que el enlace principal entre estos dos conceptos son los medios de comunicación.

Por eso podemos decir como conclusión de este capítulo que el spot electoral no persigue simplemente la exposición de las principales ideas de un partido, sino que, debido a la alta competitividad electoral y a la cada vez mayor cercanía respecto a algunos de los temas centrales entre las diferentes posturas ideológicas, también despliega mensajes que contienen duras alusiones a los contrincantes. Todo ello produce un tipo de narración y edición altamente estereotipado, agresivo, teatral y de gran impacto mediático, lo que, a su vez, lleva

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

PHYSICS DEPARTMENT

5300 S. DICKINSON DRIVE

CHICAGO, ILLINOIS 60637

TEL: (773) 707-7230

FAX: (773) 707-7230

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

a la creación de paradigmas espectaculares, en un medio como el televisivo, muy propenso a ello.

El discurso propagandístico del spot político es un logos pragmático, posee una finalidad práctica y busca, de forma indisimulada, conseguir un objetivo. A diferencia de la información un logos apofántico (declarativo), donde la verdad es la categoría principal de carácter ético –si no hay verdad, no hay información–, el spot no pretende informar sobre algo de modo cierto, porque la propaganda es, en todas sus modalidades, una información parcial, sesgada, incompleta y orientada. La retórica política que hoy conocemos –en plena Sociedad de la Información– se dirige a un público educado en el audiovisual y, por ello, acostumbrado al consumo masivo de mensajes de este tipo. La comunicación electoral, destinada fundamentalmente a conseguir apoyos entre el electorado potencial, encuentra así en el spot una herramienta adecuada para persuadir a través de la televisión. Las audiencias masivas y heterogéneas, características de la Televisión, favorecen que éste siga siendo el medio más idóneo para la transmisión de este tipo de mensajes. Y por ende, hasta la fecha, el medio más utilizado por los ciudadanos –votantes potenciales– para conocer la información electoral. Por otro lado, la forma que ha tomado la relación de los tres actores de la comunicación política, es decir los políticos, los medios y la opinión pública representada por los sondeos, ha alterado sin duda el curso de los procesos políticos en México, en tanto que unos y otros se esfuerzan por imponer su discurso a los ciudadanos. Ellos son su objeto y fin y son quienes definen su quehacer. Aunque se piense en ellos en términos de votos, de audiencias o como parte de una adición de opiniones, es innegable que los ciudadanos constituyen la condición esencial para el mantenimiento de la democracia y, ¿por qué no decirlo?, para la supervivencia de los políticos. El carácter cada vez más heterogéneo de la sociedad mexicana obligó a estos actores durante el más reciente proceso electoral, más que en ningún otro, a estructurar su discurso en función de las demandas de una multiplicidad de grupos.

The first part of the report deals with the general situation in the country. It is noted that the economy is still in a state of depression, and that the government is struggling to meet its obligations. The report also mentions the need for international assistance and the importance of maintaining good relations with our neighbors.

In the second part, the author discusses the progress of the government's policies. It is stated that the government has taken several steps to improve the economy, but that more needs to be done. The report also mentions the need for social reforms and the importance of education.

The third part of the report deals with the political situation. It is noted that the government is still facing many challenges, and that there is a need for political stability. The report also mentions the need for a strong and effective government.

Finally, the report concludes with a number of recommendations. It is suggested that the government should continue to work on improving the economy, and that it should also focus on social and political reforms. The report also mentions the need for international assistance and the importance of maintaining good relations with our neighbors.

Capítulo I. Contextualización histórica: una lucha política en nuestro país, la izquierda (PRD).

En este capítulo revisaremos la historia de la izquierda en México durante el siglo XX, buscando tener los antecedentes del PRD y así poder entender su formación como partido de oposición e izquierda en el sistema de partidos en México.

2.1 El Sistema Electoral en México

México cuenta con un sistema electoral mixto debido a que combina el sistema electoral demayoría simple con el de representación proporcional y este modelo es aplicado en todos los niveles, es decir, se usa tanto para elecciones federales como locales. El Poder Ejecutivo Federal lo encabeza el Presidente de la República y para su elección se utiliza el sistema de mayoría simple, al igual que para los ejecutivos locales, que son los gobernadores y jefe de Gobierno en el caso del Distrito Federal, en donde resulta ganador el candidato que obtenga el mayor número de votos. El poder legislativo en México se conforma por dos cámaras la de Diputados y la de Senadores y en ambas se da una mezcla de los sistemas electorales mencionados. La Cámara de Diputados cuenta con 500 representantes de los cuales 300 (60%) son elegidos por mayoría relativa en distritos uninominales y los 200 (40%) restantes en circunscripciones plurinominales, tomando en cuenta que el país se divide en cinco estados y en cada uno se eligen 40 diputados. Mientras que la Cámara de Senadores está compuesta por 128 miembros, de los cuales 64 se eligen por mayoría en cada uno de los estados y en el D.F., es decir 2 por cada entidad, 32 más se reparten a la primera minoría de cada estado, o sea, al partido que ocupa el segundo lugar, y los 32 restantes son electos por representación proporcional en una sola circunscripción plurinomial. En el ámbito local el legislativo se forma por una sola Cámara, de Diputados, en donde cada estado determina el número de sus miembros, lo que sí, es que en todos se utilizan los mismos porcentajes que a nivel nacional, o sea que, el 60% de los diputados locales se eligen por mayoría relativa y el 40% restante por representación proporcional.

1. Introduction

2. Methodology

3. Results

4. Discussion

5. Conclusion

6. References

7. Appendix

8. Acknowledgements

9. Bibliography

10. Index

11. Glossary

12. Summary

13. Abstract

14. Introduction

15. Methodology

16. Results

17. Discussion

18. Conclusion

19. References

20. Appendix

21. Acknowledgements

22. Bibliography

23. Index

24. Glossary

25. Summary

26. Introduction

27. Methodology

28. Results

29. Discussion

30. Conclusion

31. References

32. Appendix

33. Acknowledgements

34. Bibliography

35. Index

36. Glossary

37. Summary

38. Introduction

39. Methodology

40. Results

41. Discussion

42. Conclusion

43. References

44. Appendix

45. Acknowledgements

46. Bibliography

47. Index

48. Glossary

49. Summary

50. Introduction

51. Methodology

52. Results

53. Discussion

54. Conclusion

55. References

56. Appendix

57. Acknowledgements

58. Bibliography

59. Index

60. Glossary

Actualmente el sistema de partidos mexicano es considerado como pluralistamoderado debido a que cuenta con tres partidos importantes que son el PAN, PRI y PRD, apesar de la existencia de otros con representación parlamentaria como el PT y el PVEM.

2.1.1 El Partido de la Revolución Democrática en el Sistema de Partidos Mexicano

El Partido de la Revolución Democrática como ya se dijo surge el 7 de mayo de 1989 (al cederle su registro el PMS, por los obstáculos que el gobierno oponía para la acreditación de nuevos partidos), debido al éxito obtenido por el FDN, coalición de centro izquierda que aglutinó a la oposición progresista en las elecciones de 1988, y desde ese momento se perfiló para considerársele como una organización política importante con capacidad de coalición y chantaje. Además de que por primera vez en la historia un frente formado por grupos de izquierda queda como segunda fuerza en unas elecciones federales. Por otro lado, tomando en cuenta algunas tipologías se demuestra que el PRD de acuerdo a su origen es un partido creado por fusión de distintas corrientes y organizaciones sociales de izquierda y por escisión ya que se funda a partir de la salida de la corriente democrática del PRI. En su estructura interna se muestra que trata de un partido de masaselectorales, es decir que solo se interesa por obtener votos sin contar con un lineamiento consistente además de que está débilmente institucionalizado, no cuenta con una ideología formal y fuerte y todo ello ha contribuido a la formación de distintas corrientes dentro del partido, así como a ciertas dificultades externas con respecto a otros partidos. El PRD como ya se dijo es uno de los elementos que integran el sistema de partidos plural moderado con que se cuenta en México y sin duda ha logrado tener una presencia en todo el país, siendo su logro más importante el haber conseguido la jefatura de Gobierno del Distrito Federal, ni más ni menos que la capital y centro del país, tras conseguir casi el 48% de los votos emitidos, con ello Cuauhtémoc Cárdenas se convirtió en el primer jefe de Gobierno del DF elegido democráticamente y en el primer político no perteneciente al PRI que accedía a un puesto político tan

1950

1951

1952

1953

1954

1955

1956

1957

1958

1959

1960

1961

1962

1963

1964

1965

1966

1967

1968

1969

1970

1971

1972

1973

1974

1975

1976

1977

1978

1979

1980

1981

1982

1983

1984

1985

1986

1987

1988

1989

1990

1991

1992

1993

1994

1995

1996

1997

1998

1999

2000

2001

2002

2003

2004

2005

2006

2007

2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

2015

destacado desde 1929, de lo cual se pudo apoyar tanto él como el partido para obtener una mayor proyección en la política nacional, independientemente de que actualmente es la tercera fuerza política en el país. El PRD desde su surgimiento se caracterizó por ser antigubernista, siempre atacó al partido predominante (PRI) y al conservador (PAN), además de que acusó a éste último de apoyar directamente las políticas gubernamentales, hecho que no era equivocado. Otra de sus características fue su imagen violenta que se generó desde su coalición con grupos muy violentos y radicales, lo que causó a la ciudadanía nacional cierto temor. De hecho cada vez que se hablaba de violencia se esperaba que el PRD estuviera inmiscuido. Una justificación de tal circunstancia es la identificación del PRD con la independencia, la reforma, la restauración de la república, la revolución y las reformas sociales de Lázaro Cárdenas; además reconoce las luchas obreras, campesinas, populares, feministas, estudiantiles, indígenas y sociales. Además combate por la libertad, la justicia social, la equidad, la razón, la tolerancia y la legalidad. El PRD en su Declaración de Principios aprobada en su VI Congreso llevado a cabo en abril de 2001, se considera como un partido que es instrumento de la sociedad; busca la construcción de una sociedad productiva, justa e igualitaria a través de un sistema económico que asegure el mejoramiento del nivel y la calidad de vida de la población; así mismo está comprometido a luchar por la equidad de género en todas las actividades humanas, pretende una igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y la participación de ambos en todos los ámbitos de la vida social; también está comprometido a luchar por empleos estables y bien remunerados lo cual es básico para terminar con la pobreza y construir una sociedad justa; por otro lado se pronuncia por la construcción de una sociedad democrática, en donde la ciudadanía pueda organizarse libremente, en la que prevalezca la solidaridad y la fraternidad, se respeten a las minorías, la diversidad y la diferencia, y tengan vigencia los derechos individuales, sociales y colectivos, por lo tanto busca una democracia representativa, participativa, incluyente y plural.

The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that every entry should be supported by a valid receipt or invoice. This not only helps in tracking expenses but also ensures compliance with tax regulations. The second part of the document provides a detailed breakdown of the company's financial performance over the last quarter. It includes a comparison of actual results against budgeted figures, highlighting areas of both strength and concern. The third part of the document outlines the company's strategic goals for the upcoming year, focusing on increasing operational efficiency and expanding market reach. It also discusses the necessary investments and resources required to achieve these goals. The final part of the document provides a summary of the key findings and recommendations, along with a list of action items for management to address. The document concludes with a statement of confidence in the company's ability to meet its objectives and a commitment to transparency and accountability.

Así mismo se pronuncia por un desarrollo sustentable a través de la construcción de un nuevo sistema económico en donde la sociedad determine la orientación del mercado, también pretende un desarrollo económico y tecnológico armonizado con la conservación del medio ambiente. El PRD se compromete por liberar al país y al pueblo de México de toda forma de dominación extranjera así como también se pronuncia por un orden internacional basado en la paz, el respeto a la soberanía de los países; por la democratización de los organismos internacionales; entre otros principios. Como se puede notar el PRD cuenta con puntos característicos de un partido con tendencias izquierdistas, por supuesto sin llegar al extremo. Cabe aclarar que el sistema de partidos mexicano, no permite la existencia de partidos que se encuentren en los extremos del eje, ya que si existiesen tendrían pocas posibilidades de éxito, hay que recordar que se da sólo una competencia centripeta. En 2002, año de la llegada de Rosario Robles al CEN, el PRD, lesionados sus habituales métodos de convivencia, acumularía antecedentes que harían de este proceso electivo una crónica anunciada del desmoronamiento. Primero, la polarización en grupos adversarios (la alianza coyuntural entre "Amalios" y "Chuchos") o simpatizantes del liderazgo carismático (la corriente "Regeneración" creada por la izquierda social). Y segundo, una democracia salvaje que sometería a votación todo tipo de puestos en el partido. Reglas y carisma, antes funcionales, contribuirán ahora al desajuste. Con grupos internos polarizados, reglas improcedentes para regular conflictos y un liderazgo carismático que dejó de ser fuente de consensos al decaer su cuota de votos y cargos públicos para el partido, el desacoplamiento organizativo del PRD continuaría agravándose con la errática conducción partidista de Rosario Robles; quien sin reconocer oportunamente el desgaste de los equilibrios, apostaría por concentrar (en la más inoportuna de las circunstancias) el mayor número de recursos en su dirigencia. En agosto de 2003, argumentando ser centro de una "guerra sucia para desprestigiar su presidencia" (La Jornada, agosto 10, 2003), Robles Berlanga dimitiría de su cargo.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The text notes that records should be kept for a minimum of seven years and should be accessible to authorized personnel at all times.

2. The second part of the document outlines the specific requirements for record-keeping. It states that all transactions must be recorded in a clear and concise manner, using a standardized format. This includes recording the date, amount, and description of each transaction. The text also requires that records be kept in a secure and protected environment, with access restricted to authorized personnel only.

3. The third part of the document discusses the role of internal controls in ensuring the accuracy and reliability of financial records. It notes that internal controls should be designed to prevent errors and fraud, and to ensure that all transactions are properly recorded and reported. The text emphasizes that internal controls should be regularly reviewed and updated to reflect changes in the business environment.

4. The fourth part of the document discusses the importance of transparency and accountability in financial reporting. It states that financial statements should be prepared and presented in a clear and understandable manner, and that they should be subject to independent audit. The text also notes that management should be held accountable for the accuracy and reliability of the financial information they provide.

5. The fifth part of the document discusses the role of technology in financial record-keeping. It notes that the use of computerized systems can improve the accuracy and efficiency of record-keeping, and can help to reduce the risk of errors and fraud. The text also notes that the use of technology should be implemented in a secure and controlled manner, with appropriate safeguards in place to protect the integrity of the data.

6. The sixth part of the document discusses the importance of training and education for personnel involved in financial record-keeping. It notes that personnel should be trained in the proper use of record-keeping systems and in the identification and prevention of errors and fraud. The text also notes that ongoing education and training should be provided to keep personnel up-to-date on the latest developments in financial record-keeping.

7. The seventh part of the document discusses the importance of regular audits and reviews of financial records. It notes that audits and reviews should be conducted on a regular basis to ensure the accuracy and reliability of the records. The text also notes that the results of audits and reviews should be used to identify areas for improvement and to implement corrective actions.

8. The eighth part of the document discusses the importance of maintaining the confidentiality and security of financial records. It notes that records should be stored in a secure and protected environment, and that access should be restricted to authorized personnel only. The text also notes that appropriate measures should be taken to prevent the unauthorized disclosure or destruction of records.

9. The ninth part of the document discusses the importance of maintaining the integrity and accuracy of financial records in the face of technological advances. It notes that the use of new technologies should be implemented in a secure and controlled manner, and that appropriate safeguards should be in place to protect the integrity of the data. The text also notes that the use of technology should be used to improve the accuracy and efficiency of record-keeping, and to reduce the risk of errors and fraud.

10. The tenth part of the document discusses the importance of maintaining the accuracy and reliability of financial records in the face of changing business environments. It notes that records should be kept up-to-date and accurate, and that they should be subject to regular audits and reviews. The text also notes that management should be held accountable for the accuracy and reliability of the financial information they provide.

La renuncia, negociado entre los grupos el nombre del sucesor, traería el interinato de Leonel Godoy, cuyo diagnóstico partidista retrataría a la perfección la ambigüedad del momento: “las corrientes internas (dirá éste) se han convertido en la mayor fortaleza y debilidad del PRD” (La Jornada, agosto 30, 2003). Los candidatos presidenciales que ha tenido desde su registro formal, han sido el Ing. Cárdenas (1994, 2000) y el Lic. Andrés Manuel López Obrador (2006, 2012). Derivado de la elección presidencial de 2006, en la cual resultó ser la segunda mejor opción, se ha consolidado una alianza partidista entre el PRD, PT y Convergencia, formando un bloque de partidos que votan de manera conjunta en ambas Cámaras del Congreso de la Unión y que como vemos se presentó de igual manera para estas elecciones un candidato presidencial en este 2012.

2.1.2 PRD y Gobierno

a) Cámara de Diputados

Por una parte, en la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, existe una estructura que se integra de los siguientes órganos: Mesa directiva, cuyo Coordinador General es el Dip. Armando Ríos Pitter, un Vice coordinador General, un presidente de debates. Además existen 11 Coordinaciones, que enseguida se mencionan: de Derechos Humanos e Igualdad, de Proceso Legislativo y Jurídico, de Seguridad Pública y Procuración de Justicia, de Vinculación con Gobiernos Locales, de Vinculación con organizaciones sociales, de Vigilancia Interior y Transparencia, de Política Social, de Medio Ambiente y Recursos Hidráulicos, de Desarrollo Rural, de Finanzas Públicas, Comunicaciones y Transportes, y de Reforma del Estado, Política Interior y Seguridad Nacional. Coordinación de Comunicación Social y Coordinación Administrativa. Actualmente la fracción parlamentaria en la Cámara se compone de 68 diputados federales. Preside el PRD la Comisión de equidad y género, la de Fomento cooperativo y Economía social, la de Participación Ciudadana, la de Puntos Constitucionales, la de Seguridad Social, y la de Vigilancia de la Auditoría Superior de la Federación.

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page. The text is too light to transcribe accurately.

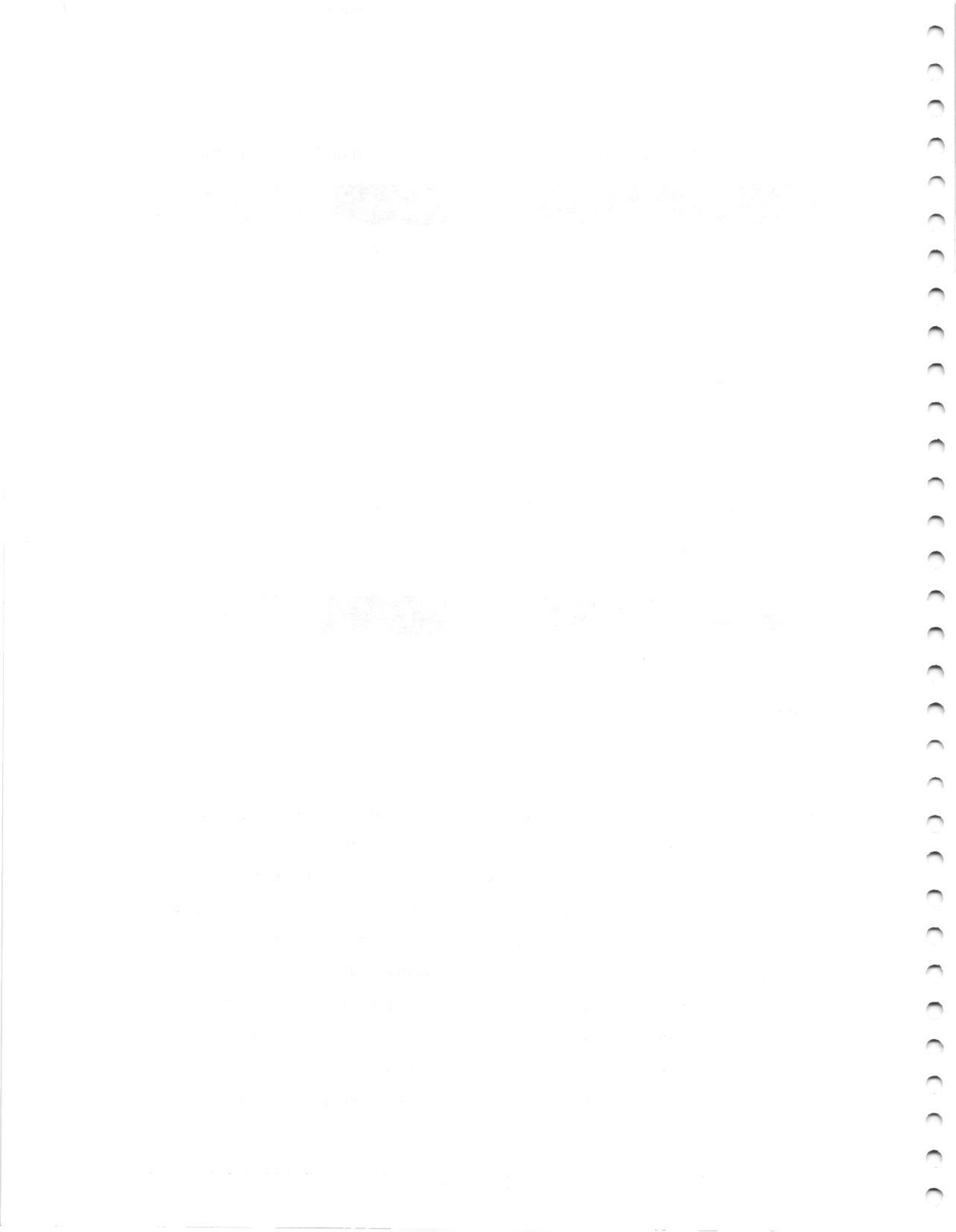
La Cámara de Diputados de la LXI Legislatura se integra de la siguiente manera:

Partido	Mayoría	Plurinominales	TOTAL
PRI	187	53	240
PAN	67	74	141
PRD	37	31	68
PVEM	4	17	21
PT	3	10	13
NUEVA ALIANZA	0	7	7
CONVERGENCIA	1	7	8
INDEPENDIENTES	1	1	2
TOTAL	300	200	500

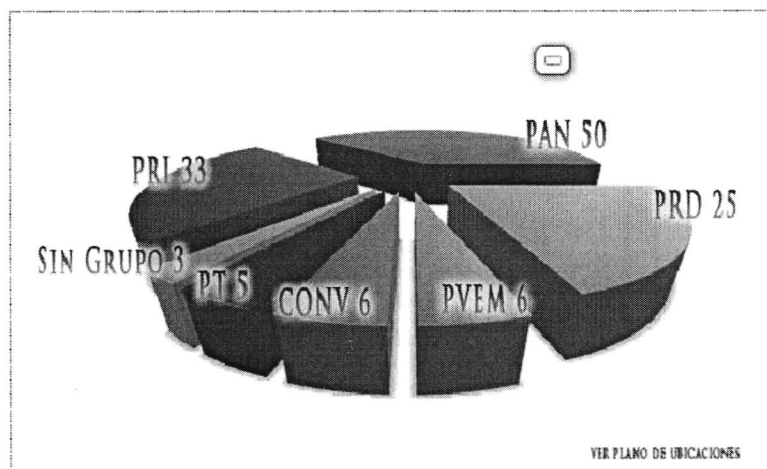
Fuente: La Perspectiva Internacional de los Partidos Políticos en México

b) Cámara de Senadores

Por otra parte, en el Senado de la República del Congreso de la Unión, existe una estructura que se integra de los siguientes órganos: Mesa directiva, cuyo Coordinador es el Senador. Carlos Navarrete y un Vice coordinador. Además existen 6 áreas: Social (Sen. Héctor Bautista), Política (Sen. René Arce Círiga), Económica (Sen. Francisco Javier Castellón), Proceso legislativo y representación ante el IFE (Sen. Pablo Gómez), Internacional (Sen. Yeidckol Polevnsky) y Federalismo y Desarrollo Regional (Sen. Rubén Velázquez). Así como 3 Secretarías: Parlamentaria, Técnica y Administrativa y 1 Coordinador de Comunicación Social. El número de Senadores que tiene el PRD asciende a 25. En el Senado de la República del Congreso de la Unión, existe una estructura que se vincula al departamento de Relaciones Internacionales mediante el área



internacional de la fracción parlamentaria. Cabe acotar, que el área internacional realiza funciones de representación de la fracción parlamentaria, distintas de la que hace la Comisión de Relaciones Exteriores del Senado de la República. En ésta última, el PRD tiene un solo miembro que no tiene funciones directivas (Sen. Graco Ramírez).



Fuente: La Perspectiva Internacional de los Partidos Políticos en México

c) Gubernaturas

A mayo de 2011, el PRD cuenta con gubernaturas que se circunscriben al centro y sureste de la República Mexicana, siendo las siguientes: Ciudad de México (Marcelo Ebrard), Michoacán (Leonel Godoy), Guerrero (Ángel Heladio Guerrero), Oaxaca (Gabino Cue) y Chiapas (Jaime Sabines). En el caso de Sinaloa, el actual gobernador Manuel López Valdez, ganó la elección con una alianza que incluía al PAN y PRD, pero su cercanía es mas con el primero que con el segundo de los partidos señalados

1944
1945
1946
1947

1948
1949
1950
1951

1952
1953
1954
1955

1956
1957
1958
1959

1960
1961
1962
1963

1964
1965
1966
1967

1968
1969
1970
1971

1972
1973
1974
1975

1976
1977
1978
1979

1980
1981
1982
1983

1984
1985
1986
1987

1988
1989
1990
1991

2.2 Visión general

Ante los cambios que está viviendo nuestra sociedad, la sociedad mexicana, la ciudadanía está experimentando una transformación hasta cierto punto obligada por la misma situación del país en general. Vemos como la política económica implantada por el gobierno, lo que ha logrado es empobrecer aún más a los que menos tienen, esto ha provocado un desequilibrio general: se ha incrementado la inseguridad en el país; han surgido grupos "rebeldes" que en busca de otro modo de vida han decidido tomar las armas y enfrentarse al sistema que los hunde día con día. Si los ciudadanos están deseosos de recuperación económica, de estabilidad social, de una política más responsable, partidos como el PRD tendrían más oportunidad de ser aceptados por ellos. O será que la desacreditación alcanza a todos los partidos y no sólo al tricolor. ¿Podría el partido del sol azteca ser una opción de cambio y no sólo serlo sino que los ciudadanos lo vean como tal? ¿Podría solucionar los problemas que aquejan a la sociedad? o tal vez la situación ha llegado a tal grado que hay un total desinterés por los partidos políticos. Mucha gente cree que el Partido de la Revolución Democrática es un partido que nace de la oposición al régimen priísta, maneja la crítica constante de que éste abandonó la función social y las restricciones presupuestales en educación, salud, vivienda y otros servicios,⁴¹ después de ganar ya algunas elecciones se ve, deslumbrado por su éxito en las urnas y convencidos de representar la única opción viable de gobierno para México, los dirigentes del neocardenismo se abocaron no a crear el partido de masas que prometían, sino como afirmaba Heberto Castillo, a forjar un instrumento electoral que sirviera a unos pocos para alcanzar posiciones políticas.⁴² Por lo tanto el partido no inicia con una lucha de justicia social, ni de un cambio económico sino de espacios políticos ganados a través de cada uno de los procesos electorales desde 1988; ya que a partir de esta fecha se inicia la contienda electoral por poseer espacios públicos.

⁴¹ La Jornada, (México, D.F.), 7 de julio de 1997, p.60

⁴² Sánchez, Marco Aurelio La élite en crisis. México, Plaza y Valdés, 1999

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. This is essential for ensuring the integrity of the financial data and for providing a clear audit trail. The records should be kept up-to-date and should be easily accessible to all relevant parties.

2. The second part of the document outlines the procedures for handling incoming payments. It is important to ensure that all payments are received in full and that the correct amount is recorded. Any discrepancies should be investigated immediately and reported to the appropriate authority.

3. The third part of the document describes the process of issuing invoices. Invoices should be issued promptly and accurately, reflecting the actual goods or services provided. It is also important to ensure that the correct tax information is included on all invoices.

4. The fourth part of the document discusses the process of reconciling bank statements. This involves comparing the bank's records with the company's records to ensure that they match. Any differences should be investigated and resolved as soon as possible.

5. The fifth part of the document outlines the process of preparing financial statements. These statements should be prepared on a regular basis and should provide a clear and concise summary of the company's financial performance. It is important to ensure that the statements are accurate and that they comply with all relevant accounting standards.

6. The sixth part of the document discusses the process of managing cash flow. This involves monitoring the company's cash position and ensuring that there is always enough cash available to meet its obligations. It is also important to identify any potential cash flow problems and to take steps to address them.

7. The seventh part of the document outlines the process of budgeting. A budget should be prepared for each financial year and should provide a clear target for the company's performance. It is important to ensure that the budget is realistic and that it is regularly reviewed and updated.

8. The eighth part of the document discusses the process of controlling costs. This involves identifying areas where costs can be reduced and taking steps to implement these reductions. It is important to ensure that any cost-cutting measures do not compromise the quality of the company's products or services.

9. The ninth part of the document outlines the process of managing debt. This involves identifying any outstanding debts and taking steps to ensure that they are paid on time. It is also important to negotiate any terms of payment that are favorable to the company.

10. The tenth part of the document discusses the process of managing risk. This involves identifying any potential risks to the company's financial performance and taking steps to mitigate these risks. It is important to ensure that any risk management measures are effective and that they do not create any new risks.

11. The eleventh part of the document outlines the process of managing assets. This involves identifying all of the company's assets and ensuring that they are properly valued and maintained. It is also important to ensure that the assets are used efficiently and that they are protected from loss or damage.

12. The twelfth part of the document discusses the process of managing liabilities. This involves identifying all of the company's liabilities and ensuring that they are properly recorded and managed. It is also important to ensure that the liabilities are paid on time and that they do not create any financial difficulties for the company.

13. The thirteenth part of the document outlines the process of managing tax. This involves ensuring that the company complies with all relevant tax laws and regulations. It is also important to identify any opportunities for tax relief and to take steps to claim these reliefs.

14. The fourteenth part of the document discusses the process of managing payroll. This involves ensuring that all employees are paid correctly and on time. It is also important to ensure that the correct tax and social security contributions are deducted from the employees' wages.

15. The fifteenth part of the document outlines the process of managing the company's overall financial performance. This involves monitoring the company's financial performance against its budget and taking steps to improve it if necessary. It is also important to ensure that the company's financial performance is transparent and that it is regularly reported to the relevant stakeholders.

Es así como los líderes del PRD insertados en una lógica de oferta y demanda proponen en el documento de trabajo de su tercer Congreso Nacional, titulado Situación actual y línea política que no deben de tener la pretensión de representar los intereses sólo de los mexicanos más pobres y marginados. . Por el contrario el PRD debe complementar su programa y hacerlo suficientemente claro y realista para que en él se sientan representados la gran mayoría de la población. Se pretende así dar inicio a un discurso que llene de alguna manera las expectativas de los diversos sectores de la población. En 1987 surgió un grupo disidente al interior del PRI dirigido por Cuauhtémoc Cárdenas y Porfirio Muñoz Ledo, el cual abogaba por cambios en las prácticas de elección para el nombramiento de los candidatos. Dicho grupo formó la Corriente Democrática por el hecho de que el partido no le quiso otorgarla candidatura a la presidencia a Cuauhtémoc Cárdenas. Más tarde, el PARM nombró a Cuauhtémoc Cárdenas como su candidato para la presidencia y se unen a él los partidos PPS, PFCRN y PMS que tradicionalmente se habían mantenido como oposición ficticia al PRI y que en ese momento decidieron convertirse en oposición real y postular la candidatura de Cuauhtémoc Cárdenas a la presidencia de la República formando así el Frente Democrático Nacional.

Varias figuras que se incorporaron a la campaña de Cárdenas eran caciques de algunas organizaciones sindicales y campesinas resentidos porque la modernización tecnocrática y la antipopulista de la administración del expresidente Miguel de la Madrid los había desplazado, más tarde la coalición FDN se hizo pedazos, cuando empezaron a surgir planes para crear un partido de oposición, y un gran número de militantes de base no se transfirieron al nuevo partido, tal vez porque los hizo vacilar la falta de un compromiso formal con los objetivos socialistas. El 5 de mayo de 1989 tuvo lugar la Asamblea Nacional Constitutiva del Partido de la Revolución Democrática. Las corrientes dominantes del FDN, "Cuauhtémoc Cárdenas, Porfirio Muñoz Ledo y Roberto Robles Garnica emprenden la construcción organizativa y programática del nuevo partido pero en los hechos todos pensaron en la revolución democrática no como consecuencia del establecimiento de un sistema competitivo de partidos y de unas

[Faint, illegible text, likely bleed-through from the reverse side of the page]

reglas institucionales propiamente pluralistas, sino como resultado de la conquista del poder”⁴³

El PRD dice ser un instrumento para combatir el autoritarismo, la corrupción, la arbitrariedad, el caciquismo, y el uso indebido de los bienes públicos. Así pues, el PRD carece de una base sólida y de una organización real, las corrientes determinan el atraso para lograr una mayor organización, le falta fuerza necesaria para construir y dirigir cuadros que realicen el contacto real entre la representación y los ciudadanos, insertado así en una política clientelar y corporativa excesiva que los dirige aún, y la cual es propia arma de destrucción dentro del propio partido. El discurso que ha manejado el partido es la crítica constante del abandono, de la función social y las restricciones presupuestales del régimen priista, después de ganar ya algunas elecciones se ve, “deslumbrado por su éxito en las urnas y convencidos de representar la única opción viable de gobierno para México, los dirigentes del neocardenismo se abocaron no a crear el partido de masas que prometían, sino como afirmaba Heberto Castillo, a forjar un instrumento electoral que sirviera a unos pocos para alcanzar posiciones partidistas”⁴⁴

En conclusión, la situación que enfrenta el Partido de la Revolución Democrática es el resultado de algunas “contradicciones entre lo que se dice y lo que se hace, por ejemplo en la campaña electoral del Distrito Federal de 1997 se expresaron prácticas corporativas cuestionadas desde siempre por la izquierda mexicana.

El cuestionamiento es que no se puede conformar una opción democrática con prácticas antidemocráticas y caudillistas”.⁴⁵

⁴³ Salazar, C Luis. “El laberinto Ideológico del PRD”, Voz y Voto, (México, D. F.), agosto de 1997, núm. 54, pp.24 - 25

⁴⁴ Sánchez, Marco Aurelio La élite en crisis. México, Plaza y Valdés, 1999 pg. 114

⁴⁵ José Luis Díaz Moll ¿es el PRD de izquierda? Voz y Voto (México, D.F.), julio de 1997, núm. 53, p.12

1950

1951

1952

1953

1954

1955

1956

1957

1958

1959

1960

1961

2.3 PRD: Declaración de Principios y Elementos constructores de la imagen del PRD

Según el PRD, éste se constituyó gracias a "la respuesta de la gran unidad popular y democrática que se manifestó en las elecciones del 6 de julio de 1988 y en las jornadas posteriores en defensa del voto". Desde su particular punto de vista: "intenta dar a ese movimiento un cauce organizativo y una orientación definida; aspira a ser, al mismo tiempo, expresión política del cambio social y cultural que México está viviendo". Afirma que su tarea "primordial es abrir espacios y derroteros a una dignidad y la prosperidad del pueblo y progreso de la nación". Así como, ser "un instrumento de la sociedad para el planteamiento de sus problemas y la obtención de soluciones justas y adecuadas.

Tiene como meta el fomento y estímulo de la organización autónoma de la sociedad civil, a partir de los intereses específicos de cada grupo o sector y de aquellos otros que corresponden a la vertiente ciudadana; declara que su fin es la "democratización de la vida política y de las instituciones económicas, sociales y culturales en el país", con una democracia fundada en el respeto al "voto ciudadano, en su vigencia plena y en la garantía de la alternancia en el poder deben fundarse la legitimidad de los gobernantes y el orden constitucional ", se propone "la reconstrucción de la economía" y reconoce "en el trabajo productivo la fuente de riqueza y el progreso social", para el PRD la sociedad se debe de fundamentar "en la que la igualdad de oportunidades se finque en la igualdad de posibilidades".

Sus objetivos son:

La plena igualdad entre el hombre y la mujer, con respeto y consideración para sus diferencias; la defensa de las minorías étnicas y el derecho a desarrollar su cultura y formas de organización; la preservación y restauración del equilibrio ecológico, que ven como base imprescindible de la convivencia humana y de un uso racional de los recursos naturales. Se asegura que es una institución independiente, con decisiones propias, sin subordinación a individuos o

instituciones extranjeras, asimismo, se asegura que "la vida interna del Partido se rige por el principio de la más amplia democracia y por las normas establecidas en sus estatutos". Entre otras se puede mencionar: "la igualdad de derechos y obligaciones de todos los afiliados, la libertad de reunión de los afiliados y de los organismos a todos los niveles; la libertad de opinión y de crítica dentro y fuera del Partido; el principio de mayoría para la toma de decisiones". En los Estatutos se establecen los algunos principios como "los derechos de las minorías", se dice abierto a las distintas "corrientes de opinión" y la libertad de los individuos "expresar sus puntos de vista con entera libertad dentro y fuera del Partido"; se establece "la unidad de acción sobre la base de los acuerdos adoptados en forma democrática"; el derecho de todos sus miembros "a elegir y ser electo a los órganos de dirección y a las candidaturas a cargos de elección popular".

Se presentan la estructura, jerarquías y formas de toma de decisiones: Los órganos de dirección se integran, relacionan y ejercen las facultades que los Estatutos les confieren conforme a una estructura de responsabilidades y atribuciones que va del Congreso Nacional a los organismos de base. La elección democrática de sus integrantes; la garantía de una representación mínima tanto para varones como para las mujeres; la limitación del tiempo máximo de permanencia en un cargo y la obligación de informar periódicamente sobre el desempeño de sus tareas a los organismos de que se forma parte, a los organismos superiores y a la base del partido, son criterios que rigen la existencia de los órganos de dirección a todos los niveles. Asimismo, en el PRD se dice que coexisten diversas corrientes de ideas pero todas comparten los principios que constan en su Declaración de Principios y que en la pluralidad reside uno de sus valores fundamentales. Podemos afirmar que la imagen que se tiene del PRD, se fundamenta en tres elementos constructores; a saber: El primero está constituido por dos elementos a) el personaje que se le reconoce como líder: "Andrés Manuel López Obrador" y por el slogan "el cambio verdadero". En segundo término, encontramos a su Plataforma Política a través de los planteamientos que se presentan y que son contrarios a los del PRI.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The text notes that records should be kept for a minimum of seven years and should be accessible to authorized personnel at all times.

2. The second part of the document outlines the specific requirements for record-keeping. It states that all transactions must be recorded in a clear and concise manner, using a standardized format. This includes recording the date, amount, and description of each transaction. The text also requires that records be kept in a secure and accessible location, and that they be protected from unauthorized access and destruction.

3. The third part of the document discusses the role of internal controls in ensuring the accuracy of records. It notes that internal controls should be designed to prevent errors and fraud, and to ensure that all transactions are properly recorded. The text emphasizes that internal controls should be regularly reviewed and updated to reflect changes in the business environment.

4. The fourth part of the document discusses the importance of training and education for personnel involved in record-keeping. It states that all personnel should receive appropriate training and education to ensure that they are able to perform their duties accurately and efficiently. The text also notes that training should be ongoing and should cover both technical and ethical aspects of record-keeping.

5. The fifth part of the document discusses the role of external audits in ensuring the accuracy of records. It notes that external audits are conducted by independent auditors who are not affiliated with the organization. The text emphasizes that external audits are essential for providing an objective and unbiased assessment of the organization's financial records.

6. The sixth part of the document discusses the importance of transparency and accountability in record-keeping. It states that records should be made available to the public in a clear and accessible format. This includes providing information on the organization's financial performance, as well as on its internal controls and risk management practices. The text also notes that transparency and accountability are essential for building trust and confidence in the organization.

7. The seventh part of the document discusses the role of technology in record-keeping. It notes that technology can be used to improve the accuracy and efficiency of record-keeping. This includes using electronic systems to record transactions, and using data analytics to identify trends and anomalies in the data. The text also notes that technology can be used to enhance security and protect records from unauthorized access and destruction.

8. The eighth part of the document discusses the importance of compliance with applicable laws and regulations. It states that record-keeping practices must comply with all applicable laws and regulations, including those related to data protection, privacy, and financial reporting. The text emphasizes that compliance is essential for avoiding legal and financial penalties, and for ensuring the integrity of the financial system.

9. The ninth part of the document discusses the role of record-keeping in the overall financial management of the organization. It notes that records provide a clear and accurate picture of the organization's financial performance, and are essential for making informed decisions about the organization's future. The text also notes that records are essential for identifying areas of weakness and for implementing corrective actions.

10. The tenth part of the document discusses the importance of record-keeping in the context of the global financial system. It notes that record-keeping practices are essential for ensuring the stability and integrity of the global financial system. The text emphasizes that record-keeping is a key component of the international standards for financial reporting, and that it is essential for building trust and confidence in the global financial system.

Estos se presentan en su "Declaración de Principios" o, bien a través de las promesas de campaña por parte de sus militantes o candidatos a puestos de elección popular. El tercer lugar, lo ocupa el origen de los militantes activos del partido, la mayor parte de ellos reconocidos como ex militantes priistas. Aunque existe una idea de que no todos los militantes han sido del PRI, se reconoce que los principales dirigentes sí lo han sido.

2.4 Conclusiones

Para finalizar este capítulo recordemos que el Partido de la Revolución Democrática (PRD) es un partido político, es decir, es una organización apoyada con una ideología marcada en sus integrantes que los hará ganar seguidores, quienes también la comparten. El objetivo de los partidos políticos es ejercer el poder de una nación para imponer y desarrollar su programa político que está en función a su ideología; por ejemplo, el PRD es un partido político de izquierda, esto quiere decir que tiene una tendencia progresista, el mundo le parece injusto, siente el dolor del prójimo, la miseria del pueblo, es nacionalista, populista y quiere un cambio ya que no se siente bien con el mundo que le rodea. La gran responsabilidad del partido de la revolución democrática es ofrecer claridad en el rumbo y el verdadero significado de un proyecto alternativo de nación. El PRD no ha sido de elites, no ha sido de intereses económicos como los partidos políticos tradicionales, que confirman su mismo origen al compartir el mismo modelo. El mismo modelo económico, el mismo modelo social, el mismo modelo político, cambian para que las cosas sigan igual. Esto es sin duda lo que hoy podemos observar en la conducción política del país. El Partido de la Revolución Democrática (PRD) es la organización política representativa de la izquierda mexicana surgió de la confluencia de hombres y mujeres que participaban en movimientos y agrupaciones políticas con el objeto de conquistar el poder político para transitar a la democracia y concretar el anhelo de construir una nueva sociedad, justa y equitativa, haciendo uso del sufragio.

1. The first part of the document
describes the general situation
of the company and its
financial position. It also
mentions the main objectives
of the project.

2. The second part of the document
describes the detailed plan
of the project, including
the tasks to be performed,
the resources required, and
the expected results.

3. The third part of the document
describes the progress of the
project to date, including
the tasks completed, the
resources used, and the
results achieved.

4. The fourth part of the document
describes the future plans
for the project, including
the tasks to be performed,
the resources required, and
the expected results.

5. The fifth part of the document
describes the conclusions
drawn from the project,
including the main findings,
the lessons learned, and
the recommendations for
future projects.

6. The sixth part of the document
describes the appendix,
which includes the detailed
plan of the project, the
resources required, and the
expected results.

7. The seventh part of the document
describes the references,
which include the books,
articles, and other sources
used in the project.

8. The eighth part of the document
describes the index,
which provides a list of the
pages where the various
topics are discussed.

El perfil del partido lo forman su historia, su práctica política, su estrategia y su táctica para incidir en el quehacer político a fin de afrontar la problemática social. El Partido de la Revolución Democrática se propone recoger las aspiraciones, intereses y demandas de la ciudadanía, en especial de quienes sufren la explotación, la opresión y la injusticia. Se compromete con las mejores causas del pueblo y de la Nación, para construir una sociedad justa, igualitaria y democrática. El PRD no busca el poder por el poder mismo sino como una vía para transformar democráticamente la sociedad y el Estado. El PRD aspira a ser el cauce de millones de ciudadanas y ciudadanos para organizarse políticamente en torno a sus postulados básicos. Rechaza el corporativismo, el clientelismo y la manipulación de los intereses y sentimientos populares pues ello sólo conduce a profundizar el autoritarismo y la injusticia. La participación política debe entenderse como una tarea de servicio público y representación de los diversos intereses y aspiraciones de la sociedad.

La política es el mejor instrumento para dirimir conflictos, establecer consensos y acuerdos, competir por la representación de la ciudadanía en la conducción del gobierno y ejercer el poder. La política que postula el PRD se basa en la ética, los principios democráticos, la crítica constructiva y la acción honesta y responsable. El PRD asume la representación de una parte de la sociedad y pretende que sus propuestas se identifiquen con la mayoría de ella. El PRD aspira a representar principalmente a los trabajadores y trabajadoras del campo y la ciudad, a la intelectualidad democrática, a los pequeños empresarios y empresarias, a los sectores excluidos, y en general a todos aquellos, hombres y mujeres, que se identifican con la construcción de una sociedad justa, equitativa, democrática, sustentable e incluyente. El PRD se asume como un partido de izquierda con el propósito de reafirmar sus convicciones, su ideología y sus proyectos de gobierno. Esta definición significa el compromiso de transformar la sociedad y el Estado hasta lograr la equidad, la justicia para todas las personas y la democracia plena política, social y económica.

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page.



El PRD no intenta imponer una moral pública ni mucho menos sancionar la vida privada de las personas. Sí reclama de sus miembros, sobre todo de su dirigencia, sus representantes populares, funcionarias y funcionarios públicos, el ejercicio de una ética política consistente en apearse a valores como la honestidad, transparencia, sencillez en el trato con los demás, espíritu de servicio, tolerancia frente a otros puntos de vista, voluntad de diálogo, y respeto a la dignidad de las personas, sin importar, sexo, edad, raza o condición social y de género. Las luchas sociales poseen una enorme vitalidad: sus formas de organización, su capacidad de movilización y su persistencia rebasan en ocasiones, por su creatividad, congruencia y fuerza a los partidos políticos y a los gobiernos. Representan, con frecuencia, más directamente, el verdadero sentir de la sociedad. Por ello, el PRD se compromete a entablar una relación abierta, fluida y permanente con las luchas, movimientos y organizaciones sociales. A reconocer sus demandas y objetivos de lucha, abrirles cauce para que se escuche su voz; y a apoyar el ejercicio de su libertad de manifestación y organización democrática.

El PRD se pronuncia por la construcción de una sociedad basada en la igualdad, la equidad, la democracia, la libertad y la justicia. Ello significa que a través de las acciones de gobierno y de la participación de la sociedad se construya un sistema económico que asegure el continuo mejoramiento del nivel y calidad de vida del pueblo. De esta manera se podrá erradicar la pobreza y las desigualdades y hacer posible el acceso de todos los mexicanos y mexicanas a los beneficios del progreso y la cultura. Permitirá abrir el camino hacia una nueva forma de asignación de la riqueza social y de distribución del excedente económico. La lucha contra la desigualdad social significa también evitar que la riqueza y los medios de producción se concentren en las manos de unos cuantos.

La conquista de los derechos sociales fundamentales: a la alimentación, al trabajo, a los servicios de salud, a la educación y la cultura, a un medio ambiente sano a la vivienda, al descanso, al esparcimiento, y al retiro y la jubilación dignos, forman parte de la conquista por la igualdad, tomando en cuentas las diferencias de género. El PRD considera que también es parte de la lucha por una sociedad

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page. The text is arranged in several paragraphs and appears to be a formal document or report.

igualitaria acabar con toda forma de discriminación y exclusión, en particular la que sufren los pueblos indios de México y las mujeres; así como con la acumulación de privilegios por el ejercicio del poder. El PRD se compromete a seguir luchando por la democratización del Estado con el objeto de construir una relación entre gobernantes y gobernados fincada en la participación ciudadana permanente, en elecciones libres y equitativas, y apegada al derecho y a la ley.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Capítulo III. Análisis del spot de ataque contra Andrés Manuel López Obrador: instrumento de persuasión ante el votante indeciso.

En este último revisaremos de manera más precisa los spots en contra del PRD (Ataque hacia el partido), así como la definición y un análisis de ejemplos del spot mencionado; también la importancia del PRD y su relevancia del partido en el DF, entidad que se tomará como contraste de estudio. Así también la relevancia del actor político del PRD, es decir, Andrés Manuel López Obrador y por último se hará el análisis de las encuestas realizadas semana a semana referente al contraste de la persuasión que refleja los spots de ataque hacia López Obrador en cuestión a los votos indecisos presentados por él mismo en contraposición de las entidades elegidas, Estado de México y DF.

3.1 El PRD en el Distrito Federal: Andrés Manuel y su gobierno.

El Distrito Federal es la entidad con mayor peso político de todo México, por ser la capital del país, donde residen los poderes de la Federación, y por ser la ciudad más grande. La Ciudad de México es el principal bastión del PRD en todo el país. A diferencia de los Estados que forman la República Mexicana, el Distrito Federal no cuenta con poderes, sino órganos de gobierno ya que jurídicamente no es un estado de la federación, sino un territorio de carácter federal por lo que a priori sus órganos de gobierno son entes del gobierno federal, que deben servir a todos los miembros de la federación. Dentro de estos órganos los cuales se encuentra el Jefe de Gobierno del Distrito Federal, la Asamblea Legislativa del Distrito Federal y el Tribunal Superior de Justicia del Distrito Federal, los cuales están a cargo de las funciones ejecutivas, legislativas y judiciales. El artículo 122 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos es claro en señalar que el Gobierno del Distrito Federal estará a cargo de los Poderes Federales y de los órganos legislativo, ejecutivo y judicial locales.

La razón para que las instituciones que forman el gobierno en el Distrito Federal no sean poderes sino órganos tiene su origen en que, al ser la residencia de los Poderes Federales, el Distrito Federal no puede tener dos poderes residentes en

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions.

2. It also emphasizes the need for regular audits to ensure that the books are balanced and that all entries are correct.

3. The second part of the document provides a detailed explanation of the various methods used to calculate the cost of goods sold.

4. This section includes a table showing the different methods and their respective advantages and disadvantages.

5. The third part of the document discusses the importance of proper inventory management and the various techniques used to control stock levels.

6. Finally, the document concludes with a summary of the key points and a list of references for further study.

7. The fourth part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions.

8. It also emphasizes the need for regular audits to ensure that the books are balanced and that all entries are correct.

9. The fifth part of the document provides a detailed explanation of the various methods used to calculate the cost of goods sold.

10. This section includes a table showing the different methods and their respective advantages and disadvantages.

11. The sixth part of the document discusses the importance of proper inventory management and the various techniques used to control stock levels.

12. Finally, the document concludes with a summary of the key points and a list of references for further study.

el mismo territorio, lo que ocurriría en caso de existir poderes locales. El primer triunfo del PRD en una elección para el gobierno de una entidad federativa fue en 1997, en el Distrito Federal con Cuauhtémoc Cárdenas como candidato. El 5 de julio del año 2000, gana la Jefatura de Gobierno del Distrito Federal Andrés Manuel López Obrador, quien había sido presidente del partido durante los triunfos electorales más importantes. López Obrador logró apuntalar al PRD en la Ciudad de México, por la creación de grandes obras como distribuidores viales que mejoraron significativamente la rapidez de tránsito vehicular, apoyo económico a adultos mayores y a madres solteras, la creación de una nueva universidad, la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, y varios planteles de educación media superior, la remodelación del centro histórico, la primera línea de metrobús, la construcción de viviendas de interés social, que lo convirtieron en un gobernante que rápidamente se ganó el apoyo de la ciudadanía. En las elecciones presidenciales del 2 de julio de 2006, Andrés Manuel López Obrador y el perredismo fueron “víctimas” de fraude electoral por parte del PAN: como ellos dirían. En las elecciones locales para jefe de gobierno celebradas el mismo día, Marcelo Ebrard se impuso con gran ventaja a sus opositores y el PRD gobierna por tercera vez consecutiva la ciudad.

Entre los ideales que les dieron origen se cuentan el respeto a la voluntad ciudadana expresada en las urnas, la libertad de expresión, la defensa de los derechos civiles y el combate a la corrupción, la defensa de los recursos energéticos y las comunicaciones. Asimismo se pronunció por una educación laica y gratuita en todos los niveles y que cumpla con la demanda nacional; la ayuda económica a los sectores más desfavorecidos (adultos mayores, jóvenes y personas con capacidades diferentes) por el otorgamiento de subsidios a productos de primera necesidad. Se ha pronunciado también por un desarrollo del sector agrícola que satisfaga las demandas de los campesinos.

El PRD se ha mantenido en la ciudad con especial fuerza, pues controla el Congreso Local con mayoría absoluta, así como 13 de las 16 delegaciones desde 2009; López Obrador se mantuvo en el gobierno de la ciudad con altos niveles de

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions and activities. It emphasizes that this is crucial for ensuring transparency and accountability in the organization's operations.

2. The second part outlines the specific procedures and protocols that must be followed when handling sensitive information. This includes strict guidelines on access, storage, and disposal of data to prevent unauthorized disclosure.

3. The third section details the roles and responsibilities of various staff members involved in the record-keeping process. It clarifies who is responsible for data entry, verification, and the overall maintenance of the records system.

4. The fourth part addresses the regular auditing and review of records to ensure their accuracy and completeness. It describes the frequency of audits and the criteria used to evaluate the quality of the data.

5. The final section discusses the importance of training and ongoing education for all personnel. It highlights that staying up-to-date with the latest record-keeping practices and technologies is essential for the organization's success.

aprobación e incluso fue ganador como el mejor alcalde del mundo por mejorar la ciudad en 2004 y vuelto a ser candidato a ese puesto en 2005. Además, el gobernante de la ciudad tuvo una constante presencia en los medios de comunicación, al convocar a conferencias de prensa todos los días a las seis de la mañana, donde discutía temas de la ciudad y de la política nacional. Pronto se consideró a López Obrador el candidato natural del PRD a la presidencia de la república para el año 2006. El propio partido le otorgó una importancia clave a la Ciudad de México para triunfar en las elecciones presidenciales del 2 de julio de 2006. En las elecciones locales para jefe de gobierno celebradas el mismo día, Marcelo Ebrard se impuso con gran ventaja a sus opositores y el PRD gobierna por tercera vez consecutiva la ciudad. El Distrito Federal se mantuvo como una de las tres entidades con mayor participación en la jornada electoral (68 %).

3.2 Semblanza del actor del PRD: Andrés Manuel López Obrador

Licenciado en Ciencias Políticas y Administración Pública por la Universidad Nacional Autónoma de México, en 1976 inicia su carrera política cuando apoya la candidatura del poeta tabasqueño Carlos Pellicer para Senador por el estado de Tabasco. En 1977 es director del Instituto Indigenista de Tabasco donde realiza una importante labor en favor de los indígenas chontales. Regresa al Distrito Federal en 1984 y en ese mismo año asume la Dirección de Promoción Social del Instituto Nacional del Consumidor. De esta época son sus libros *Los Primeros Pasos* y *Del Esplendor a la Sombra*. En 1988 se une a la Corriente Democrática que encabezan, entre otros, Cuauhtémoc Cárdenas y Porfirio Muñoz Ledo. En agosto de ese mismo año asume la candidatura para gobernador del estado de Tabasco por el Frente Democrático Nacional. Publica entonces el libro *Tabasco, Víctima de un Fraude*.

Al crearse en 1989 el Partido de la Revolución Democrática (PRD), es nombrado presidente de este instituto político en Tabasco. Durante su periodo se estructura el PRD en ese estado, se forman comités de base en pueblos y colonias y se brinda apoyo y asesoría a campesinos y obreros. Incansable su lucha en favor de la democracia, encabeza un éxodo a la Ciudad de México por las irregularidades

The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that every entry should be supported by a valid receipt or invoice. This ensures transparency and allows for easy verification of the data.

Furthermore, it is noted that regular audits are essential to identify any discrepancies or errors early on. This proactive approach helps in maintaining the integrity of the financial statements and prevents any potential issues from escalating.

CONCLUSION

In conclusion, the successful implementation of a robust financial reporting system is crucial for the long-term success of any organization. By adhering to the principles outlined in this document, companies can ensure that their financial data is accurate, reliable, and compliant with all relevant regulations.

It is recommended that management should regularly review and update these procedures to reflect changes in the business environment and regulatory requirements. This continuous improvement process will help the organization stay ahead of the competition and maintain a strong financial position.

cometidas por el PRI en las elecciones municipales de 1991. Los exodistas obtienen importantes logros para Tabasco y Veracruz. En 1994 sus partidarios lanzan nuevamente su candidatura para gobernador de Tabasco. Tras el fraude del partido oficial, que documenta ampliamente ante la Procuraduría General de la República y en su libro *Entre la Historia y la Esperanza*, encabeza en 1995 un segundo éxodo por la democracia, antecedido por una Proclama Nacional que plantea como ejes la defensa de la soberanía nacional, la democracia, el desarrollo económico con sentido social, impedir la privatización de PEMEX y “Primero comer y luego pagar”. El 9 de mayo de 1995 participa en la iniciativa de creación de una Alianza Nacional Democrática que se propone unir inconformidades, voces y acciones, luchando por causas propias pero sumadas, y rechazando sectarismos y ambiciones personales para lograr un México más democrático y más justo.

Contiende por la Presidencia Nacional del Partido de la Revolución Democrática el 17 de abril de 1996, cargo que ocupa del 2 de agosto de 1996 al 10 de abril de 1999. Durante su gestión, el PRD obtiene los mayores logros electorales y la mayor presencia nacional que ese partido político ha tenido desde su fundación en 1989. Del periodo de López Obrador como dirigente partidista destaca que, en las elecciones de 1997, el PRD se coloca como segunda fuerza en la Cámara de Diputados al ocupar 125 curules, gana los comicios realizados en el Distrito Federal para elegir por primera vez y democráticamente al Jefe de Gobierno, y se sitúa como mayoría en la Asamblea Legislativa. En ese mismo periodo el PRD obtiene en 1998 la gubernatura de Zacatecas y Tlaxcala, mientras que en 1999 gana el gobierno de Baja California Sur. Andrés Manuel López Obrador se distingue también en el país por ser el principal crítico del rescate bancario, mejor conocido como FOBAPROA, hecho que ha considerado como el “fraude más grande de la historia después de La Conquista”, toda vez que cada año se paga a los banqueros 50 mil millones de pesos sólo por concepto de intereses, lo cual significa un fuerte golpe financiero al erario público.



López Obrador no se ha quedado en la denuncia pública en torno de este asunto sino que incluso lo ha documentado ampliamente. Sobre este tema, en septiembre de 1999 publica el libro FOBAPROA, expediente abierto. El 29 de marzo de 2000 obtiene su registro ante el Instituto Electoral del Distrito Federal como candidato a Jefe de Gobierno del Distrito Federal y el 2 de julio gana las elecciones con 37.5 por ciento de los votos emitidos, que significa 4 por ciento más que el candidato del PAN, colocando al PRI en un alejado tercer lugar con 22.8 por ciento. Toma posesión como Jefe de Gobierno del Distrito Federal el 5 de diciembre de 2000 y con ello se convierte en el primer gobernante electo para un periodo de seis años en la Ciudad de México. Su labor adquiere pronto notoriedad, trasciende lo local y trastoca lo nacional e internacional por su forma sui géneris de gobernar: Trabaja diariamente desde las seis de la mañana, como ningún otro gobernante, enarbola la defensa del pueblo ante intereses creados y el abuso de poder, practica una austeridad republicana en lo personal y en el ejercicio de gobierno y habla y actúa con sencillez. Marca un hito en materia de comunicación social, al convertirse en el primer personaje público de México —y quizá de mundo— que ofrece todos los días, poco después de las seis de la mañana, una conferencia de prensa a la que asisten reporteros de los medios escritos, electrónicos y de agencias de noticias, todos ellos de cobertura nacional y, a medida en que avanza su gestión, llama la atención de los medios del interior del país e internacionales.

Durante su mandato, el Gobierno del Distrito Federal se convierte en la primera administración pública del país, incluido el gobierno federal, en dar pasos firmes en términos de transparencia, pues aún antes de que se aprobara en la ciudad una ley en la materia pública en internet la nómina y las declaraciones patrimoniales de los altos servidores públicos, empezando por el Jefe de Gobierno.

De López Obrador resalta también su capacidad conciliadora y su firme decisión de mantener ante todo una política de diálogo para, en vez de reprimir, escuchar los reclamos y demandas, a fin de buscar alternativas para procurar resolver los problemas de la gente. Como Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page. The text is arranged in several paragraphs and is too light to transcribe accurately.

López Obrador define como su prioridad la atención a la población más pobre y vulnerable, además de que cumple los 40 compromisos asumidos durante su campaña política e incluso realiza más acciones de las planeadas originalmente. Con base en cifras del INEGI, tan sólo en 2004 de la inversión destinada a la industria de la construcción en todo el país el Distrito Federal participa con 22.2 por ciento, lo cual en los hechos se traduce en la construcción del Segundo Piso de Periférico, que es una obra cuya magnitud no tiene precedente en México y una de las construcciones viales más importantes del mundo. Incluso, al cierre del primer trimestre de 2005 el Distrito Federal registra un desendeudamiento neto por 744.7 millones de pesos, según admite la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en sus Informes sobre la Situación Económica, las Finanzas Públicas y la Deuda Pública enviados al Congreso de la Unión. Respaldado por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), el Partido del Trabajo (PT) y el Partido Convergencia, así como por cientos de miles de mexicanos organizados en las Redes Ciudadanas, Andrés Manuel López Obrador inicia su campaña presidencial el 19 de enero de 2006 en Metlatónoc, Guerrero, el municipio más pobre del país.

El 28 junio de 2006 concluye su trabajo proselitista, que siempre estuvo guiado bajo el lema “Por el bien de todos, primero los pobres”. En suma, durante diez meses de precampaña y campaña, recorre 140 mil kilómetros de carretera para llegar a pueblos y ciudades de todas las regiones de México, celebra 681 mítines y se reúne de manera directa con 3 millones 500 mil personas. Tras el fraude electoral del 2 de julio, López Obrador impugna la elección ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) al tiempo que inicia un movimiento nacional de resistencia civil y pacífica para respaldar la demanda de que se abran los paquetes electorales y se cuenten nuevamente todos los votos, a fin de esclarecer el resultado de la elección.

Con la exigencia de “Voto por voto. Casilla por casilla”, la resistencia civil y pacífica congrega a ciudadanos de todas partes del país, quienes permanecen en el corazón de la Ciudad de México por espacio de 48 días, durante los cuales se llevan a cabo multitudinarias asambleas informativas encabezadas por López

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud.

2. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. It describes the use of statistical techniques to identify trends and anomalies in the data, and the importance of using reliable sources of information.

3. The third part of the document discusses the role of the auditor in the process. It explains that the auditor's primary responsibility is to provide an independent and objective assessment of the financial statements, and to ensure that they are free from material misstatements.

4. The fourth part of the document discusses the importance of communication in the auditing process. It explains that the auditor must communicate effectively with management and the board of directors, and must also provide clear and concise reports to the stakeholders.

5. The fifth part of the document discusses the importance of ethical behavior in the auditing profession. It explains that auditors must adhere to a strict code of ethics, and must be able to resist pressure from management to engage in unethical practices.

6. The sixth part of the document discusses the importance of continuous learning and professional development in the auditing profession. It explains that auditors must stay up-to-date on the latest developments in the field, and must be able to adapt to changing circumstances.

7. The seventh part of the document discusses the importance of teamwork and collaboration in the auditing process. It explains that auditors must work closely together, and must be able to share information and resources effectively.

8. The eighth part of the document discusses the importance of transparency and accountability in the auditing process. It explains that auditors must be able to provide a clear and detailed explanation of their findings, and must be held accountable for their actions.

9. The ninth part of the document discusses the importance of risk management in the auditing process. It explains that auditors must be able to identify and assess the risks associated with their work, and must be able to develop effective strategies to mitigate those risks.

10. The tenth part of the document discusses the importance of innovation and creativity in the auditing profession. It explains that auditors must be able to think outside the box, and must be able to develop new and innovative ways to solve problems.

11. The eleventh part of the document discusses the importance of maintaining a high level of professionalism in the auditing profession. It explains that auditors must be able to conduct themselves in a dignified and respectful manner, and must be able to maintain the highest standards of integrity and honesty.

12. The twelfth part of the document discusses the importance of staying current on the latest developments in the auditing profession. It explains that auditors must be able to keep up with the latest changes in accounting standards, tax laws, and other relevant regulations.

13. The thirteenth part of the document discusses the importance of being able to work under pressure and tight deadlines. It explains that auditors must be able to manage their time effectively, and must be able to prioritize their work.

14. The fourteenth part of the document discusses the importance of being able to communicate effectively with a diverse range of stakeholders. It explains that auditors must be able to communicate clearly and effectively with management, the board of directors, and other stakeholders.

15. The fifteenth part of the document discusses the importance of being able to work in a team environment. It explains that auditors must be able to work closely with their colleagues, and must be able to share information and resources effectively.

16. The sixteenth part of the document discusses the importance of being able to handle difficult situations and conflicts. It explains that auditors must be able to remain calm and composed in the face of adversity, and must be able to resolve conflicts effectively.

17. The seventeenth part of the document discusses the importance of being able to handle a large volume of data. It explains that auditors must be able to analyze and interpret large amounts of information, and must be able to identify key trends and anomalies.

18. The eighteenth part of the document discusses the importance of being able to handle complex and technical issues. It explains that auditors must be able to understand and explain complex financial transactions, and must be able to identify and resolve technical problems.

19. The nineteenth part of the document discusses the importance of being able to handle a wide range of clients and industries. It explains that auditors must be able to adapt to the needs and requirements of different clients, and must be able to work in a variety of industries.

20. The twentieth part of the document discusses the importance of being able to handle a high level of responsibility. It explains that auditors must be able to take ownership of their work, and must be able to make decisions that have a significant impact on the organization.

Obrador. El 20 de noviembre de 2006 Andrés Manuel López Obrador rinde protesta como Presidente Legítimo en el Zócalo de la Ciudad de México y comienza su trabajo con base en dos objetivos fundamentales: defender al pueblo y proteger el patrimonio nacional. A partir del 04 de enero de 2007 y hasta el 20 de noviembre de 2009, el presidente legítimo de México recorrió los 2,452 municipios del país con el objetivo de informar a la gente que existe un movimiento que lucha a diario por una transformación real de México. Por más de tres años visitó los 2 mil 34 municipios de régimen de partido y los 418 municipios de usos y costumbres de Oaxaca. El 09 de enero de 2008, se constituyó el Movimiento Nacional en Defensa del Petróleo, donde López Obrador advirtió al presidente pelele, Felipe Calderón, y "a sus patronos" que habrá una movilización nacional, si intentan privatizar Pemex. En si podemos decir, el 2 de octubre de 2011 López Obrador formalizó como asociación civil el Movimiento por la Regeneración Nacional (MORENA), plataforma que aglutinaba a más de 2.000 comités seccionales y municipales hasta ahora encuadrados en el Gobierno Legítimo. El objetivo del MORENA era "luchar por un cambio de régimen", pues "quienes se creen dueños de México quieren perpetuarse en el poder mediante la supuesta alternancia entre el PRI y el PAN". Para el perredista, los que de verdad mandaban en México conformaban un "poder oligárquico y conservador" que hundía sus raíces en las administraciones priístas de los años setenta del siglo XX y que llegaba hasta el presente como el muñidor de las administraciones panistas. "La aplicación de todos los dogmas del liberalismo se saldó con un saqueo de la nación llevado a cabo por un bandidaje oficial que acabó legalizando la rapiña y privatizando el 26% del territorio nacional", sentenciaba López Obrador. El 9 de diciembre López Obrador se registró como precandidato ante los comités electorales del PRD, el PT y el Movimiento Ciudadano (ex Convergencia), que iban a acudir a las elecciones coligados como Movimiento Progresista.

El 20 de febrero de 2012 el Consejo Nacional del PRD le ratificó por unanimidad como candidato, el 16 de marzo rindió protesta bajo esa sigla en Ciudad de México y el 29 de marzo, por último, el IFE aprobó su inscripción junto con las de Peña Nieto, Vázquez Mota y Gabriel Quadri de la Torre por el Partido Nueva

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The text notes that records should be kept for a minimum of seven years and should be easily accessible for review.

2. The second part of the document outlines the specific requirements for record-keeping. It states that all transactions must be recorded in a clear and concise manner, using a standardized format. This includes recording the date, amount, and purpose of each transaction. The text also requires that records be kept in a secure and protected environment, with access restricted to authorized personnel only.

3. The third part of the document discusses the role of internal controls in ensuring the accuracy of records. It notes that internal controls should be designed to prevent errors and fraud, and to ensure that all transactions are properly recorded. The text emphasizes that internal controls should be regularly reviewed and updated to reflect changes in the business environment.

4. The fourth part of the document discusses the importance of training and education in ensuring the accuracy of records. It notes that all personnel involved in record-keeping should receive appropriate training and education to ensure that they are able to perform their duties accurately and efficiently. The text also emphasizes the importance of ongoing education and training to keep personnel up-to-date on the latest record-keeping practices.

5. The fifth part of the document discusses the importance of audits in ensuring the accuracy of records. It notes that audits are a critical component of the record-keeping process, and that they should be conducted regularly and by independent auditors. The text emphasizes that audits should be designed to identify and correct errors and fraud, and to ensure that records are accurate and complete.

6. The sixth part of the document discusses the importance of transparency in record-keeping. It notes that records should be made available to all stakeholders in a timely and accurate manner, and that they should be presented in a clear and understandable format. The text emphasizes that transparency is essential for building trust and confidence in the financial system.

7. The seventh part of the document discusses the importance of data security in record-keeping. It notes that records should be protected from unauthorized access, loss, and destruction. The text emphasizes that data security measures should be regularly reviewed and updated to reflect changes in the threat landscape.

8. The eighth part of the document discusses the importance of compliance with applicable laws and regulations in record-keeping. It notes that records should be maintained in accordance with all applicable laws and regulations, and that any changes to these laws and regulations should be promptly reflected in the record-keeping process. The text emphasizes that compliance is essential for the integrity of the financial system.

9. The ninth part of the document discusses the importance of continuous improvement in record-keeping. It notes that the record-keeping process should be regularly reviewed and updated to reflect changes in the business environment and to incorporate the latest best practices. The text emphasizes that continuous improvement is essential for ensuring the accuracy and reliability of records.

10. The tenth part of the document discusses the importance of collaboration in record-keeping. It notes that record-keeping is a shared responsibility, and that all stakeholders should work together to ensure the accuracy and integrity of records. The text emphasizes that collaboration is essential for building a strong and resilient financial system.

Alianza (PANAL). Con diez puntos menos que en 2006 en los muestreos preelectorales (su horquilla se movía por el momento entre el 20% y el 30%, claramente a la zaga del favorito, Peña Nieto, y casi siempre por detrás también de Vázquez Mota), el pretendiente perredista arrancó su segunda campaña en unas presidenciales con el tono modulado. El llamado a la reconciliación alcanzaba a Televisa y al propio presidente saliente, Felipe Calderón, al que él ya había "perdonado" no obstante tratarse de un "corrupto" y un "deshonesto". Siguiendo con las matizaciones, el candidato prometió, en caso de llegar al poder, "limpiar al Gobierno como a las escaleras, de arriba abajo", con los instrumentos y órganos anticorrupción que hiciesen falta (las investigaciones para el esclarecimiento de los abusos incluirían el caso del FOBAPROA y a Pemex, objetos de escrutinio por sendas comisiones de la verdad) aunque, eso sí, no habría "persecución contra nadie". En si la voluntad de López Obrador esta medida en lo siguiente: la regeneración ética y moral infundía el Proyecto Alternativo de Nación, consistente en Diez puntos para el renacimiento de México, a saber: uno, Promover la revolución de las conciencias y un pensamiento crítico; dos, El Estado al servicio del pueblo y de la nación; tres, Democratizar el acceso a los medios de comunicación; cuatro, Por una ética republicana y el combate a la corrupción; cinco, Crear una nueva economía; seis, Combatir los monopolios; siete, Abolir los privilegios fiscales para redistribuir la riqueza con justicia; ocho, El sector energético, palanca del desarrollo nacional; nueve, El campo y la soberanía alimentaria; y diez, Estado de Bienestar y el derecho a la felicidad

3.3 Los spots del PRD: propaganda

Con el fin de contextualizar o ejemplificar los conceptos anteriores, presentamos algunos puntos que ayudaran a ubicar la propaganda del PRD con más precisión en los términos descritos.

El Partido de la Revolución Democrática expone su lucha por ganar espacios en un ámbito de aconteceres políticos, pues pretende mediante sus mensajes recuperar la confianza de los ciudadanos y por ello intenta impulsar una



propaganda creativa dinámica y propositiva⁴⁶ Su objetivo en general, ha girado en torno al convencimiento de los ciudadanos de que este partido impulsa leyes justas que benefician al pueblo por completo y no a un minoría, como lo hacen otros partidos. Para esto, recurre continuamente al enemigo identificado (PRI), del que trata a toda costa de diferenciarse. Además del mensaje en sí, que el receptor pueda captar, los colores, tipografía, fondos y frases son esenciales para un buen manejo de imagen y por supuesto para obtener óptimos resultados. Como todo grupo que desea adeptos a sus propuestas, necesita ser claramente identificado y diferenciado, por lo cual promueve la idea de cambio social mediante un sol, que indica el elemento central de su propaganda.

Además el uso de colores como amarillo y negro, intenta llamar la atención del electorado, todo esto con la intención de dar al votante la impresión de estar lo mejor organizado, consistente y con el fin de resultar "respetuoso de la legalidad (...), con objetivos claros como justicia social, democracia política y soberanía nacionales, con propuestas de gobierno donde todos los mexicanos están incluidos, poseedora de una oferta política clara para dar certidumbre económica, y con autoridad moral y honestidad para transitar hacia la paz, la justicia y el desarrollo". Como se había mencionado antes, el símbolo utilizado por el partido (el sol), indica que intenta ser visto como una gran fuerza, y que la población lo perciba con más profundidad, es decir que provoque una sensación de energía, protección; su trazo hace referencia a dibujos prehispánicos, con lo que el PRD intenta consolidar su identidad como una firme propuesta política. El mensaje del partido intenta condensar a "todos" los mexicanos en una sola opinión que es la de reconocer que están cansados del despilfarro y de las falsas promesas. Asimismo intenta diferenciarse de partidos que siguen su misma tendencia, en pocas palabras trata de ser "propositivo", "nuevo".

La gran preocupación del PRD radica en que su propuesta provoque en el electorado adhesión a la mayoría de sus lineamientos. Por ello en la propuesta misma trata de plasmar "el momento histórico" que el país atraviesa, así como las

⁴⁶ Manual de aplicaciones para el manejo de imagen (1997, PRD, secretaria de comunicación social y propaganda)

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that this is crucial for the company's financial health and for providing reliable information to stakeholders.

2. The second part of the document outlines the specific procedures for recording transactions. It details the steps from identifying a transaction to entering it into the accounting system, ensuring that all necessary details are captured.

3. The third part of the document addresses the role of the accounting department in monitoring and controlling the company's financial performance. It discusses how regular reviews and audits can help identify areas for improvement and prevent potential issues.

4. The fourth part of the document focuses on the importance of transparency and communication in financial reporting. It stresses that clear and concise reports are essential for building trust and making informed decisions.

5. The fifth part of the document concludes by summarizing the key points and reiterating the commitment to high standards of financial integrity and accuracy.

necesidades y carencias que se han generado; así el partido justifica también su razón de ser, dándole mayor sentido a sus demandas y a sus respuestas. Una de las frases que justifica la presencia del partido, así como su emblema es, "Ya es tiempo de que salga el sol", con lo que se consigna que el ciudadano no debe olvidar que el "sol es una fuerza vital", y al mismo tiempo indica que ya es tiempo de un cambio, de una nueva realidad, y el partido la puede construir, de hecho la propone.

La propaganda del partido trata de responder (al igual que otros) a una necesidad imperante, y sobre todo aprovechando el momento político adquiere un valor y una trascendencia mayor. La emotividad del electorado, es trastocada con los temas (spots) y alusiones de propuesta hacia un "México mejor"; es simple reconocer la tendencia del partido, ya que con frases sencillas enjuicia o pone en evidencia a todo el sistema, con lo cual logra ganarse adeptos cuyo perfil puede llegar a reconocerse como "subversivo" agrupándolos frente a un enemigo identificado.

Los mensajes del partido adquieren un tono que sugiere un "Cambio" drástico, reformador y necesario; en resumen ellos son la respuesta. Respecto a la intencionalidad de la propaganda en el partido, esta rebasa el ámbito informativo, pues se pretende que el electorado adopte esas convicciones. Resulta interesante reconocer el sentido maniqueísta con que son lanzados los mensajes, donde el PRD, es el bueno, el que se preocupa por la población y el gobierno-partido (PRI), son los malos. La propaganda del partido está sumamente atenta a la problemática que aqueja a la sociedad, es decir, se selecciona cuidadosamente aquello que más aqueja a la población para fabricar una solución; esto es, el partido se percata de un problema en una comunidad, lo da a conocer, crea un conflicto en torno al estado actual de cierta situación (para ejercer influencia), para hacerlo de la opinión pública, y con ello construye una solución, propone obviamente desde su tendencia.

Por último, resulta muy importante para el partido dar una imagen consistente y coherente al electorado, por eso se busca la mayor uniformidad en sus medios mensajes, que van desde el color, tipografía, etc. Sin embargo no se deja



de fuera la creatividad e iniciativa de los que militan en el partido, eso sí, siempre a favor de una imagen íntegra.

3.4 Spot de ataque

Los especialistas en comunicación política han clasificado los spots políticos televisados en tres grupos: 1) spots positivos y spots negativos; 2) spots de imagen y spots de tema; 3) spots de elogio, spots de ataque y spots de defensa. La tipología que propone William Benoit (1999)⁴⁷ señala que los spots políticos intentan persuadir al electorado cumpliendo tres funciones básicas: 1) presentar las credenciales propias como las de un funcionario capaz (elogios o palabras positivas), 2) degradar las credenciales del oponente presentándolo como un funcionario no deseado (ataques o palabras negativas), y si el oponente ataca, 3) responder a esos ataques (defender o refutar). Cada una de esas funciones puede ocurrir en un tema de política o rasgos de carácter o en ambos. Las tres funciones elogio, ataque, defensa— pueden ocurrir en un tema de política o rasgos de carácter o en ambos. Las palabras de temas de política se dividen en tres variantes: logros pasados, planes futuros y el proyecto general. Las apelaciones de carácter se refieren a las cualidades personales, el liderazgo e ideales de los candidatos.

Spot de ataque: Los spots de ataque identifican al candidato antagonista con valores repudiados por la audiencia. En su mensaje lo presentan como un político que no posee la capacidad y habilidades para desempeñarse como un buen funcionario público. En el ataque se recurre al uso de adjetivos peyorativos y el empleo de símbolos que provocan miedo y emociones negativas. Ejemplo claro es el spot lanzado por el PAN y PRI contra Obrador “Andrés Manuel López Obrador no cree en la democracia”

Spot de defensa: Los spots de defensa defienden a un candidato de los ataques de otro. El mensaje se orienta a reducir el daño causado por acusaciones a la

⁴⁷ Benoit, W. (1999), *Seeing Spots: A Functional Analysis of Presidential Television Advertisements, 1952-1996*. Nueva York, Praeger. En Los spots de la campaña presidencial de López Obrador de Aquiles Chihu Amparán

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

reputación del candidato atacado. Por ejemplo el spot que lanzo Peña Nieto “ yo no voy a dividir a Mexico”

Ya que los recursos de publicidad negativa se dirigen a socavar la reputación de un candidato u opción política, a evocar imágenes y argumentos; buscando ganar espacio sobre sus adversarios, lo negativo sirve para asaltar al oponente y para atraer la atención de los medios. La publicidad política negativa puede resultar más persuasivo, se retiene por mayor tiempo. Se muestra que a medida que la publicidad negativa prevalece, aumenta también la pérdida de su poder persuasivo: en segundo término la publicidad negativa proviene de simplificar las percepciones otorgando un sentido entre bueno-malo, derecha-izquierda brindando una cierta comodidad. Podemos así citar lo que es una campaña negativa, a la que apunta a resaltar los defectos del adversario: un candidato no realza sus elementos propios positivos sino que destaca lo negativo que representa el oponente.⁴⁸ Se dirige a atacar la reputación de un candidato u opción política. La publicidad política negativa cumple ciertas funciones: crear conciencia de los candidatos y sus temas a través de la dramatización, aumentar el interés en la campaña por la cobertura de los medios, asegurar que las evaluaciones que los electores efectúan de los participantes se tornen tan polarizadas que su decisión electoral entre opciones se vea simplificada.

Los spots de ataque dan efecto entres sentidos:

- *Efecto bumerán:* la publicidad negativa podría producir un efecto de rebote hacia el atacante que hacia el atacado, existirá un punto en el que los votantes se hartan de las tácticas maliciosas y reaccionan desintonizando el mensaje y volviéndose en contra del mensajero
- *Síndrome de víctima:* si los votantes perciben un anuncio como injusto o deshonesto, pueden generar sentimientos positivos hacia el candidato atacado y desarrollar empatía.

⁴⁸ Comunicación política y campañas electorales: estrategias en elecciones presidenciales / Virginia García Beaudox, Orlando D' Adamo y Gabriel Slavinsky.-- Barcelona, Editorial Gedisa, 2007

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud.

2. The second part of the document outlines the specific requirements for record-keeping, including the need to maintain original documents and to keep copies of all transactions. It also discusses the importance of ensuring that records are accessible and up-to-date.

3. The third part of the document discusses the role of the auditor in verifying the accuracy of the records. It emphasizes that the auditor must exercise due diligence and must be able to trace all transactions back to their source.

4. The fourth part of the document discusses the consequences of failing to maintain accurate records. It notes that this can lead to the loss of valuable information and can result in the imposition of penalties.

5. The fifth part of the document discusses the importance of training and education in ensuring that all personnel involved in the financial system are aware of their responsibilities and are equipped with the necessary skills to perform their duties.

6. The sixth part of the document discusses the importance of internal controls in preventing fraud and ensuring the accuracy of the financial statements. It notes that internal controls should be designed to minimize the risk of error and to ensure that all transactions are properly authorized and recorded.

7. The seventh part of the document discusses the importance of regular audits and reviews in identifying and correcting any weaknesses in the financial system. It notes that regular audits can help to ensure that the system is operating effectively and that any problems are identified and corrected as soon as possible.

8. The eighth part of the document discusses the importance of transparency and accountability in the financial system. It notes that all transactions should be clearly documented and that the results of the financial system should be made available to all stakeholders.

9. The ninth part of the document discusses the importance of ongoing monitoring and evaluation of the financial system. It notes that the system should be regularly reviewed and updated to ensure that it remains effective and efficient.

10. The tenth part of the document discusses the importance of collaboration and communication between all parties involved in the financial system. It notes that effective communication is essential for ensuring that everyone is working towards the same goals and that any problems are identified and resolved as quickly as possible.

- Esta razón subyacería en el voto *underdog* (votar a un candidato porque se considera que está siendo injustamente atacado)
- *Doble deterioro*: la publicidad evoca un efecto perjudicial tanto hacia el candidato atacado como hacia quien la produce.

Como ya le hemos señalado el spot de ataque refleja modalidades de presentación para su publicidad: aludir a los malos antecedentes del oponente, señalar su carácter de “candidato camaleón” remarcando las inconsistencias de su desempeño público a lo largo de su carrera política, o citar las propias palabras del adversario para descalificarlo. Cuando un candidato resulta objeto de ataque tendría cuatro opciones básicas: defenderse de los cargos, contraatacar utilizando la misma cuestión o imprimiendo un giro hacia otro tema, atacar la credibilidad del oponente, o ignorar el ataque. Los discursos negativos se construyen sobre la base de mensajes telegráficos que enfatizan dualidades simplistas, siendo las tácticas de ataque más utilizadas:

- La apelación a lo emocional y lo visceral, en el intento de generar un héroe y un villano en la historia
- La identificación del adversario con símbolos, políticas o personas que los ciudadanos evalúan como negativos
- La comparación que permite a un candidato presentarse como sinónimo de todo lo bueno, al tiempo que transformar a su rival en antónimo de esos valores
- La asociación o establecimiento de una conexión a gran velocidad entre imágenes previamente inconexas, que invita a la audiencia a realizar una inferencia a pesar de la falta de evidencia
- El entimema, o utilización de un silogismo abreviado que, por darse por sentada una de las premisas, solo consta de dos proposiciones.



Entre las tácticas de contraataque y defensa figuran:

- El desplazamiento, o la neutralización de una acusación desviándola con una contraacusación respecto de otro tema
- La inoculación, o posibilidad de adelantarse al ataque advirtiendo a la audiencia que en cualquier otro momento los opositores lo realizarán, así como brindándole los argumentos de apoyo a la posición atacada o de que de ese modo el embate se anule.
- El reframing, que consiste en que el orador produce un cambio en alguna dimensión del discurso en respuesta a la iniciativa temática de un oponente para invitar a los votantes a reconsiderara el juicio que se han formado.
- Ofenderse y hacerlo saber públicamente mediante declaraciones dramáticas que , aunque sin contener evidencias, muestren ofuscación
- Utilizar el humor, para invitar a los votantes a que tomen distancia y realicen mentalmente una prueba de cuán plausible es utilizar a un tercero prestigioso o respetado por la comunidad como fuente creíble, que invita a la audiencia a realizar una prueba de plausibilidad.
 - Capitalizar la credibilidad de la prensa y recordar a los votantes algo negativo que se haya publicado del atacante
 - La desasociación, o reversión de la asociación realizada por el candidato agresor.
 - Cuando hay más opciones, admitir los errores y pedir perdón utilizando anuncios de confesión/redención.

Otras tácticas “clásicas” a la hora de la respuesta reactiva o bien de la postura defensiva son:

- Silencio, o ignorar los ataques
- Admisión santurrón, semejante a la confesión o admisión de los “pecados”



- Negación de los cargos
- Contraataque, o atacar a quien hizo el original anuncio de ataque
- Refutación, apuntando a destruir mediante la lógica y la razón el ataque recibido
- Formar una imagen contraria, o generar una respuesta reactiva que parezca una publicidad positiva.

Podemos citar así también que: los spots políticos negativos sí pueden tener un valor al generar emoción y no aburrimiento como lo hacen los anuncios positivos, asegura Paul Begala, un reconocido consultor político estadounidense que fue jefe de estrategia de la campaña de Bill Clinton en 1992. El especialista argumenta, en un artículo publicado el 26 de marzo en la revista estadounidense Newsweek, que los spots negativos no son malos ni deshonestos. Asegura que los contenidos positivos están vinculados con ciertos valores y emociones fraternas, mientras los negativos tienen mayor diversidad.⁴⁹ Los contenidos positivos generalmente se basan en amistad, lealtad, romanticismo y situaciones emocionales relacionadas con los niños, sus padres y amigos. En cambio, los contenidos negativos tienen una mayor variedad de formas como desconfianza, desacato, enojo, odio, miedo, ansiedad, tristeza y culpa. Hay más formas de tener una actitud negativa en contra de una persona, señala el especialista.

En si una campaña negativa es una decisión estratégica de la mayor gravedad. Es un último recurso, una suerte de bala de plata que debe utilizarse con extremo cuidado más allá de las implicaciones legales y éticas que le acompañan. Una campaña de denostación debe plantearse en el terreno de la eficacia, es una decisión dramática y no admite error. Debe contar con diseño, estrategia y argumento que genere la convicción y seguridad de que el daño a ocasionar es altamente probable. La campaña negativa no es para amedrentar, mucho menos para experimentar.

⁴⁹ Artículo publicado el 26 de marzo en la revista estadounidense Newsweek, por Paul Begala



En conclusión podemos decir que una deficiente ejecución genera tres efectos colaterales críticos: inmuniza al adversario, lo blinda de los ataques futuros que seguramente están en la “cajita de herramientas” de los estrategas y revierte el daño a quien la propala.

3.5 Análisis de spots de ataque contra Andrés Manuel López Obrador

El modelo de análisis de la imagen abarca tres dimensiones: un mensaje lingüístico, un mensaje icónico no codificado y un mensaje icónico codificado. El mensaje denotado constituye el significado literal, libre de toda asociación lingüística y es la representación análoga de la realidad por la que el lector no requiere de ningún conocimiento especial para descifrarlo; en este sentido, la fotografía es la imagen literal de un objeto en un proceso libre de codificación. El mensaje connotado constituye el significado oculto que se requiere descifrar y decodificar. La imagen literal es el mensaje literal, y la imagen simbólica es el mensaje connotado.⁵⁰

En el marco de la comunicación política moderna se emplea el término de 'retórica visual' como una forma de comunicación que usa las imágenes para crear significado o construir un argumento. Esta perspectiva incluye el análisis de las imágenes y toma en consideración que el estudio de la retórica va más allá del discurso verbal y comprende el discurso visual. La principal exponente de esta perspectiva, Sonja Foss (2004), le atribuye al término dos significados. El primero, el de un artefacto comunicativo creado a través de símbolos visuales. El segundo, el de una perspectiva analítica sobre los procesos simbólicos en los cuales los artefactos visuales logran la comunicación.

En su primer significado como herramienta comunicativa la retórica visual es la imagen o el objeto retórico creado con el empleo de símbolos visuales con un propósito comunicativo. En su segundo significado, la retórica visual constituye una perspectiva teórica que desarrolla el análisis de los procesos simbólicos y comunicativos de las herramientas visuales.

⁵⁰ Barthes, R. (1986), *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces*. Barcelona, Paidós.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions.

2. It is essential to ensure that all entries are supported by proper documentation and receipts.

3. Regular audits should be conducted to verify the accuracy of the records and identify any discrepancies.

4. The second part of the document outlines the procedures for handling cash and credit transactions.

5. All cash receipts should be recorded immediately and deposited in a secure bank account.

6. Credit sales should be recorded at the time of sale, and the amount should be tracked until payment is received.

7. The third part of the document provides guidelines for managing inventory and stock levels.

8. Inventory should be counted regularly to ensure that the recorded amounts match the actual quantities on hand.

9. The fourth part of the document discusses the importance of maintaining accurate financial statements.

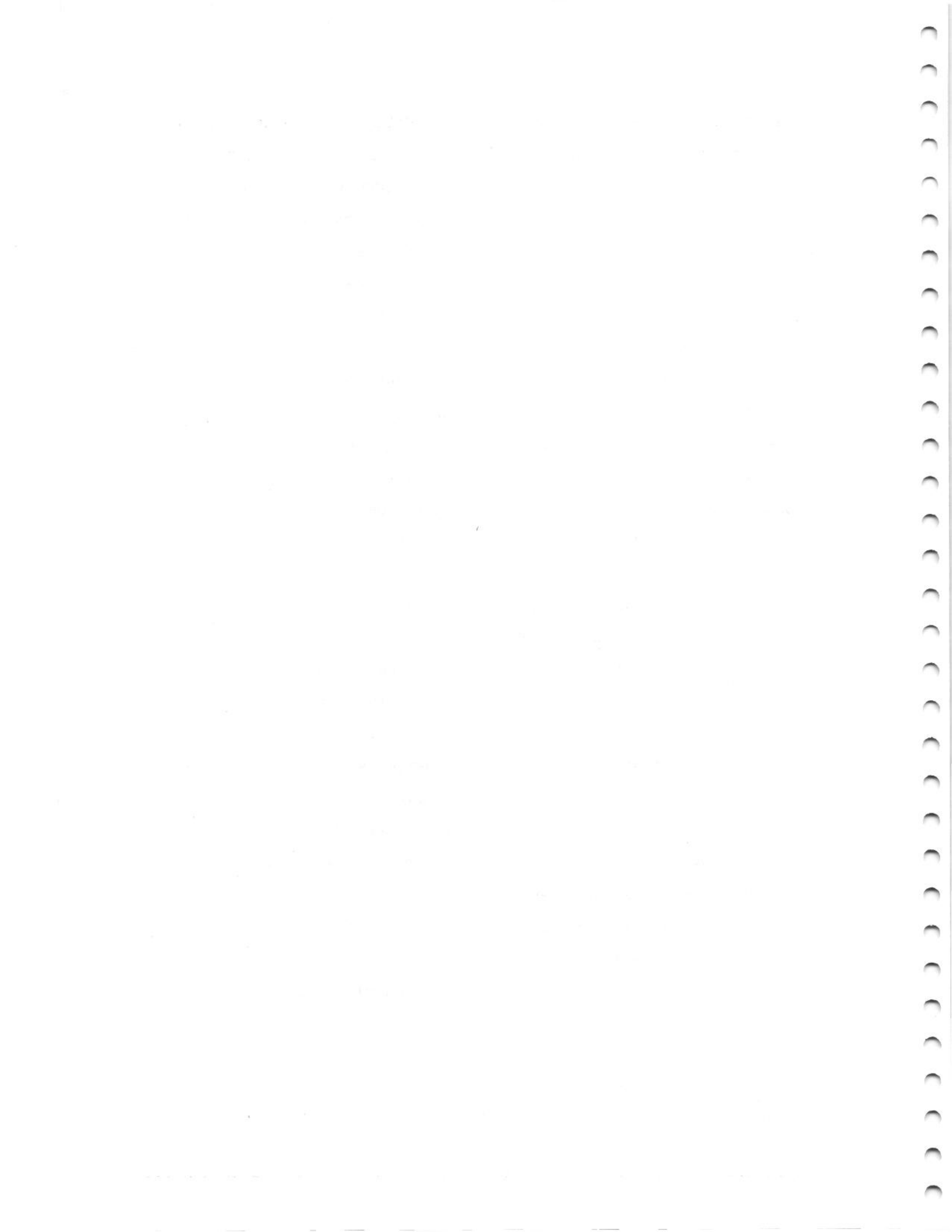
10. These statements should be prepared on a regular basis and reviewed by management to assess the company's financial health.

11. The fifth part of the document outlines the procedures for handling payroll and employee benefits.

12. Payroll records should be maintained accurately, and all payments should be made on time to employees.

Se trata de una perspectiva analítica que le atribuye una función central a las imágenes y los símbolos visuales en el proceso comunicativo. Sonja Foss propone un modelo de análisis de la retórica visual de los spots publicitarios que se enfoca en torno a tres dimensiones: naturaleza, función y evaluación. La naturaleza se refiere a los componentes, cualidades y características de las herramientas visuales. La función concierne a los efectos comunicativos de la retórica visual sobre las audiencias. La evaluación es el proceso de valoración de los artefactos visuales. La primera dimensión —la naturaleza— comprende dos componentes que incluyen los elementos presentes y los elementos inferidos. Los elementos presentes se constituyen por los elementos físicos como el color y el espacio. Estos elementos son percibidos visualmente y dejan poco margen a la imaginación. Los elementos inferidos, por el contrario, se construyen a partir de las suposiciones del espectador. Se trata del proceso de descubrir conceptos, ideas, temas y alusiones que la audiencia infiere de los elementos presentes. La segunda dimensión —la función del objeto visual— se refiere a la acción que comunica. La tercera dimensión es la de la evaluación de la herramienta visual, consiste en la valoración de qué tan bien realizó su rol comunicativo la dimensión de la función. Se trata del grado de resonancia cultural, el impacto en la audiencia, si fue un éxito o un fracaso.⁵¹Al centro de nuestra propuesta se encuentra el concepto de 'enmarcado visual', visual framing, que denota el mensaje que trasmite el comunicador a través de procedimientos especiales, con el objetivo de destacar, subrayar, ciertas partes de un cuadro, shot, perteneciente a un spot político o anuncio publicitario. El framing visual involucra las decisiones realizadas durante el proceso de construcción del anuncio publicitario, con la finalidad de llamar la atención de la audiencia. Este proceso comprende una serie de opciones: elegir qué imágenes deberán ser incluidas, qué imágenes deberán ser excluidas, cómo deberán de presentarse las imágenes. El enmarcado visual de un spot político televisado está determinado por el enfoque, ángulo o perspectiva del comunicador.

⁵¹ Foss, S. (2004), "Framing the Study of Visual Rhetoric: Toward a Transformation of Rethorical Theory" ken Hill, C. y M. Helmers (eds.), *Defining Visual Rhetorics*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.



Este tipo de enmarcado constituye las decisiones que se requieren para organizar la información visual con el objetivo de establecer un contexto a través del cual llamar la atención del público. El enmarcado visual, integrado por actantes, colores y texto escrito, se encuentra conformado por una selva de símbolos cargados de significado, que situados acompañando al actor principal pueden tener gran efecto al transferir asociaciones positivas o negativas. Los especialistas en comunicación política han clasificado los spots políticos televisados en tres grupos: 1) spots positivos y spots negativos; 2) spots de imagen y spots de tema 3) spots de elogio, spots de ataque y spots de defensa.⁵²

De acuerdo al siguiente análisis que se va a realizar podemos decir que, la tipología que propone William Benoit (1999) señala que los spots políticos intentan persuadir al electorado cumpliendo tres funciones básicas: 1) presentar las credenciales propias como las de un funcionario capaz (elogios o palabras positivas), 2) degradar las credenciales del oponente presentándolo como un funcionario no deseado (ataques o palabras negativas), y si el oponente ataca, 3) responder a esos ataques (defender o refutar). Cada una de esas funciones puede ocurrir en un tema de política o rasgos de carácter o en ambos. Las tres funciones —elogio, ataque, defensa— pueden ocurrir en un tema de política o rasgos de carácter o en ambos. Las palabras de temas de política se dividen en tres variantes: logros pasados, planes futuros y el proyecto general. Las apelaciones de carácter se refieren a las cualidades personales, el liderazgo e ideales de los candidatos.⁵³ El análisis de los marcos, *frame analysis*, es un método de investigación aplicado en varias disciplinas sociales con el objetivo de indagar cómo la gente define las situaciones y actividades en la acción social. Los conceptos de marco, *frame*, y enmarcado, *framing*, constituyen herramientas metodológicas empleadas en el estudio de los movimientos sociales, en la política y en la comunicación.

⁵² Joslyn, R. (1980), "The Content of Political Spot Ads" en *Journalism Quarterly*. Primavera.

⁵³ Benoit, W. (1999), *Seeing Spots: A Functional Analysis of Presidential Television Advertisements, 1952-1996*. Nueva York, Praeger.

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

La perspectiva teórico-metodológica del análisis de los marcos, frame analysis, descansa sobre los pilares de tres conceptos: marco, frame, el nombre; enmarcar, to frame, el verbo; y enmarcado, framing, el proceso. El nombre marco, frame, define un mensaje que contiene distintos niveles de abstracción, un mensaje inserto en el contexto de un proceso comunicativo y meta comunicativo; los marcos presentan tres características: actúan por exclusión, al incluir en ellos ciertos mensajes quedan excluidos otros; actúan por inclusión, al excluir ciertos mensajes quedan incluidos otros; constituyen premisas: el marco define la naturaleza de lo que integra, los mensajes integrados en el marco se caracterizan por compartir un mismo sistema de premisas. El verbo enmarcar, to frame, significa seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y resaltarlos en un texto comunicativo, de tal manera que se promueva una particular definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y una recomendación para solucionar el problema. El proceso de enmarcado, framing, sucede cuando una fuente de comunicación —un líder, un medio, una consultoría— define y construye un tema político. El enmarcado es el proceso mediante el cual el contenido del discurso es organizado. El enmarcado emplea varias técnicas como la inclusión y la exclusión para crear el objeto deseado en la audiencia. Los individuos constantemente organizan, clasifican, interpretan, es decir, enmarcan la información que se les presenta con la finalidad de dotarla de significado.

La teoría del framing parte de la premisa de que la manera en que la información es presentada tiene influencia en la percepción que tendrá la audiencia. Un marco es la perspectiva infundida a un mensaje que promueve el énfasis y la elección de ciertas piezas de información sobre otras. Una vez adoptados por la audiencia, los marcos influyen en los puntos de vista que los individuos tienen sobre los problemas y las soluciones planteadas para resolver esos problemas. El framing constituye uno de los más importantes conceptos en el estudio de la opinión pública. La evidencia de las investigaciones sobre las campañas políticas sugiere que la opinión pública depende de los marcos elegidos por las elites. Como lo mencionamos desde un principio y lo reitero diciendo que para el análisis de los siguientes spot de ata que utilizare el modelo de análisis propuesto posee tres



dimensiones: un framing visual, un framing verbal y un framing aural. El framing visual es el mensaje constituido por dos elementos: formas (actantes) y colores.

El framing verbal es el mensaje formado por los textos escritos y los textos orales. Los primeros son las palabras escritas que aparecen en la imagen de la pantalla de los spots como mensajes, consignas o slogans. Los segundos corresponden a la voz de audio, voz del narrador o del actor protagonista del spot. El framing aural es el mensaje formado por dos elementos: la voz del actor o del narrador, la música y los efectos de sonido. Nuestra propuesta de análisis de la imagen política define al spot político como un mensaje audiovisual que contiene fragmentos de comunicación visual, verbal y aural, emitido en el contexto de una campaña electoral, a través del cual un actor usualmente un candidato político, o un partido compra un tiempo en los medios de comunicación con el objetivo de influir en las creencias o en el comportamiento electoral de la audiencia.

La coyuntura en la que sucede el proceso de la campaña presidencial debe observarse como una arena política, como un espacio en el cual, ante la mirada de un público, se desarrolla un enfrentamiento entre los actores políticos protagonistas y antagonistas. Los integrantes de una arena se componen por los grupos o partidos involucrados y la audiencia, la neutralidad o apoyo de esta última será un factor determinante en la contienda. Como en todo proceso las campañas electorales cobran vida a lo largo de una fase inicial, una intermedia y una final. La fase inicial abarca el registro de los candidatos y es precedida por las elecciones primarias en las que cada partido ha elegido a su candidato; en la fase intermedia los candidatos presentan sus programas y propuestas de gobierno, debaten entre sí y lanzan al aire la mayoría de sus spots políticos televisados; y en la fase final los candidatos terminan con mítines y concentraciones multitudinarias a las dos primeras fases corresponden los spots de presentación, propuestas de gobierno, ataque y defensa, y a la última fase corresponden los de cierre de campaña. Con relación al contenido de los mensajes audiovisuales framing visual, verbal y aural, el framing visual es el mensaje constituido por una unidad de forma

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that this is crucial for the company's financial health and for providing a clear picture of its operations to stakeholders.

2. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. It includes a detailed description of the data collection process, from identifying the sources of data to the actual collection and storage of the data.

3. The third part of the document describes the analysis of the data. It discusses the various statistical techniques used to analyze the data and the results of the analysis. It also includes a discussion of the limitations of the data and the analysis.



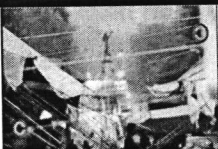

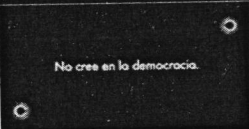
4. The fourth part of the document discusses the implications of the data and the analysis. It discusses the various ways in which the data can be used to improve the company's operations and to make better decisions. It also includes a discussion of the potential risks and benefits of using the data.

5. The fifth part of the document discusses the future of the data and the analysis. It discusses the various ways in which the data can be used in the future and the potential for new technologies to improve the data collection and analysis process.

y color (los primeros son los actantes⁵⁴, los segundos son todos los colores); el framing verbal es el enmarcado de los textos escritos y los textos orales (los primeros son las palabras escritas que aparecen en la imagen de la pantalla de los spots como mensajes, consignas o slogans, los segundos corresponden a la voz de audio, voz del narrador o del actor protagonista del spot); el framing aural o sonoro es la comunicación formada por la voz del actor o del narrador, la música y los efectos de sonido (estos dos elementos son interpretados por las emociones que evocan y que pueden ser codificados por su estilo y por su timbre).

A partir de esto analizaremos cuatro spot de ataque contra López Obrador en la campaña presidencial 2012.





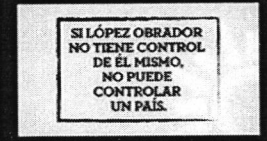
Spot “Andrés Manuel López Obrador no cree en la democracia” del PRI.

Imagen del spot	Texto escrito
	<p>Hace seis años Andrés Manuel López Obrador no respeto la voluntad del pueblo</p>
	<p>Voz de AMLO: que se vayan al diablo con sus instituciones</p>
	<p>Y organizo un plantón durante tres meses en Reforma</p>
	<p>Afectando la economía y violando los derechos de miles de mexicanos</p>
	<p>López Obrador no cree en la democracia, ¿esto quieres para México? ¡Tú decides!</p>



⁵⁴ El concepto de actante comprende a personas, animales y cosas, y en general, se refiere a términos que por cualquier razón participan en el proceso narrativo sea que realicen el acto o que lo sufran

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page. The text is arranged in several paragraphs and is too light to transcribe accurately.



Spot “López obrador no tiene control de sí mismo”

Imagen del spot	Texto escrito
	<p>Voz de AMLO: El candidato del PAN, dale y dale y le dije te voy “tata quieto”</p>
	<p>Y esta convertido en un títere, en un “pelele”, cállate Chachalaca; por un Presidente espurio, sin autoridad moral</p>
	<p>Salieron bien ratas los panistas, no los he mandado al carajo,</p>
	<p>Que se vayan al diablo con sus instituciones</p>
	<p>Se te había olvidado, así es López Obrador.</p>

Spot “Algunas personas nunca cambian”

Imagen del spot	Texto escrito
	<p>Obrador 1996: vamos a impedir, la apertura de nuevos pozos petroleros</p>
	<p>Obrador 2006; al diablo con sus instituciones. Bloqueo de Reforma.</p>

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page. The text is arranged in several paragraphs and is too light to transcribe accurately.

	<p>Obrador 2012; la vía armada una posibilidad, para lograr la transformación de los pueblos</p>
	<p>Algunas personas nunca cambian</p>

Spot de ataque del PRI contra AMLO

Imagen del spot	Texto escrito
	<p>En 2003 René Bejarano, operador de López Obrador, recibe dinero amarrado con ligas y en portafolios</p>
	<p>En 2012 vuelve a suceder; necesitamos conseguir seis millones de dólares para ganar la presidencia de México</p>
	<p>Formar esta reunión con Andrés Manuel y con Mancera.</p>
	<p>Esto no es honestidad, México merece algo mejor, Tú decides.</p>

Análisis de los spot de ataque contra López Obrador

Lo anuncios de ataque identifican al candidato antagonista con valores repudiados por la audiencia. En el spot lo presentan como un político que no posee la capacidad y habilidades para desempeñarse como un buen funcionario público.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that this is crucial for ensuring the integrity of the financial data and for facilitating audits.

2. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. It describes how different types of information are gathered and how they are processed to generate meaningful insights.

3. The third part of the document focuses on the application of these findings. It details how the data is used to inform decision-making and to identify areas for improvement within the organization.

4. The fourth part of the document discusses the challenges associated with data management. It highlights the need for robust security measures and the importance of ensuring data accuracy and consistency.

5. The fifth part of the document concludes by summarizing the key points and providing recommendations for future work. It stresses the ongoing nature of data analysis and the need for continuous monitoring and evaluation.

6. The sixth part of the document provides a detailed overview of the data collection process. It explains the various sources of data and the methods used to ensure that the information is reliable and valid.

7. The seventh part of the document describes the data analysis techniques used. It details the statistical methods and software tools employed to process the data and extract useful information.

8. The eighth part of the document discusses the results of the analysis. It presents the findings in a clear and concise manner, highlighting the key trends and patterns identified in the data.

9. The ninth part of the document provides a detailed discussion of the implications of the findings. It explores how the results can be used to inform strategic planning and to drive organizational change.

10. The tenth part of the document concludes with a final summary and a call to action. It encourages the organization to continue to invest in data management and analysis to achieve long-term success.

En el ataque se recurre al uso de adjetivos peyorativos y el empleo de símbolos que provocan miedo y emociones negativas.

Análisis

Framing visual (actantes): en los spot principalmente en las escenas aparecen imágenes de Andrés Manuel López Obrador con una esencia de intolerancia y repudio ante las instituciones de México, imágenes tomadas desde el 2006 cuando presento una campaña negativa de parte del PAN. Así igual se acentúan escenas de eventos que se realizaron en oposición al fraude (de acuerdo a López Obrador mencionaba en el 2006) como lo es el cierre de reforma, así también se presenta al candidato hablando frente al micrófono en dos mítines de campaña del 2006; con guayabera, sombrero de palma y unas guirnaldas de flores colgadas al cuello; sin olvidar una supuesta complicidad con Luis Costa Bonino y Luis Creel, actores que jugaran de manera que permitirán más presupuesto para la campaña de López Obrador, mismo suceso del 2003 con René Bejarano y el maletín de dinero captado por cámaras, siendo operador de Obrador.

Framing visual (color): en los spot en general las escenas aparecen en negro y opaco y algunas con poco color y casi nada de efectos visuales en letras blancas o amarillas, donde se aprecian adjetivos poco favorables para la personalidad de López Obrador, resaltando situaciones que han parecido de manera ofensiva o contraria a lo que la sociedad busca en un actor político. Resaltando con letras blancas la firma de los partidos como el PRI o el PAN, partidos que lanzaron sus respectivos spot de ataque contra López Obrador.

Framing verbal: en cada escena de los cuatro spot son de pantalla en negro y blanco, la mayoría de ellos son con pocos efectos visuales en letras blancas y amarillas resaltando el adjetivo que utilizaron como ataque. Así igual se le adjudican las palabras dichas por el mismo López Obrador contra los panistas en el 2006 ante el acontecimiento dado en las elecciones presentadas en ese mismo año. Así como el mensaje que daba López Obrador ante la ineficiencia que presentaban las instituciones, mandándolas al diablo, jactándose de ellos para

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page. The text is arranged in several paragraphs across the page.

decir ahora en el 2012 que López Obrador no cree en la democracia, ante la falta de respeto que cometía ante las instituciones, consideradas como instrumentos de una consolidación de una democracia y una sociedad libre y participativa.

Framing Aural: acompañan el spot acordes de música de terror asimilándolo como un peligro para México como lo dijeron en el 2006.

En general podemos decir que el PRI y el PAN, en la campaña presidencial, atacaron en videos al candidato de la coalición Movimiento Progresista, Andrés Manuel López Obrador, en los cuales cuestionan su honestidad. También se recuerda a René Bejarano cuando recibe dinero de Carlos Ahumada y el plantón de 2006 efectuado por el político tabasqueño en Reforma. Los nuevos spots del PRI y el PAN ya tienen su réplica en redes sociales donde se circula un video en el que se evidencia la manipulación del audio e imágenes contra el político tabasqueño, en lo que enfila como una réplica de la guerra negra que orquestaron en su contra en los comicios del 2006.

En esta campaña contra López Obrador ambos partidos difundieron cada uno, dos spots. El PRI habla del sonado caso en que René Bejarano recibe el dinero de manos de Carlos Ahumada y se cuestiona la honestidad de López Obrador. En otro spot se hace referencia a su plantón en la avenida Reforma. Asimismo, en un video del PAN, sale Josefina Vázquez Mota, candidata del albiazul, hablando de López Obrador. En otro, se observan imágenes de AMLO de 1996, los bloqueos en Reforma y un mitin en el que manifiesta López Obrador que la vía armada es una posibilidad para lograr la transformación. En otro orden de ideas, sobre el audio de la cena difundido por el periódico "El Universal" en la que supuestamente se pidieron seis millones de dólares para la campaña de Andrés Manuel López Obrador, el asesor político Luis Costa Bonino dijo que está editado, manipulado y recortado en su pasaje principal, dijo que con esto se quiere difamar la campaña del tabasqueño. Destacó que no se presenta la parte en la que se aclara que López Obrador no estaba enterado de la reunión, que jamás pidió dinero y que no habría compromiso alguno con quien se decidiera a apoyarlo.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that this is crucial for the company's financial health and for providing reliable information to stakeholders.

2. The second part of the document outlines the specific procedures for recording transactions. It details the steps from identifying a transaction to entering it into the accounting system, ensuring that all necessary details are captured.

3. The third part of the document addresses the role of the accounting department in monitoring and controlling the company's financial performance. It discusses how regular reviews and audits can help identify areas for improvement and prevent potential issues.

4. The fourth part of the document focuses on the importance of transparency and communication in financial reporting. It stresses that clear and concise reports are essential for building trust and making informed decisions.

5. The fifth part of the document concludes by summarizing the key points and reiterating the commitment to high standards of financial integrity and accuracy.

6. The sixth part of the document provides a detailed overview of the company's financial goals and objectives for the upcoming period. It includes a breakdown of revenue targets, cost reduction strategies, and investment plans.

7. The seventh part of the document discusses the risks associated with the company's financial strategy and offers mitigation measures to ensure the company remains on track.

8. The eighth part of the document outlines the roles and responsibilities of the various departments involved in the financial process, ensuring that everyone is clear on their contributions.

9. The ninth part of the document provides a timeline for the implementation of the financial strategy, with key milestones and deadlines.

10. The tenth part of the document concludes with a final statement of intent, expressing the company's confidence in its ability to achieve its financial goals through diligent execution and continuous improvement.

En un texto publicado en su página de Internet ⁵⁵ y que difundió a través de su cuenta de Twitter, el asesor político recalcó que no trabaja para la campaña de López Obrador como se ha informado y que no tiene ningún contrato, ni compromiso con ninguna campaña en México, ni ha cobrado por análisis o consejos.

Dijo que "si quieren buscar asesores extranjeros, lo tienen al excelente asesor venezolano Juan José Rendón, que trabaja desde el año 2000 hasta hoy, exclusivamente para el PRI, como él mismo lo afirma, lo declara y lo sostiene públicamente". En su texto Costa Bonino detalla que en el audio faltan los conceptos principales sobre los que se fundamentó la reunión del día 24 de mayo en la casa de Luis Creel y que escucharon 14 testigos. "La primera manipulación fue haber quitado la prueba de la premisa fundamental y esencial de esa cena. Se dijo y se aclaró, extensamente, que López Obrador, quien desconocía la existencia de esta cena privada, no había pedido jamás, nunca, en ningún caso, en el pasado o en el presente, dinero a nadie", explico. ⁵⁶

También de que sostuvo se puso el acento, en profundidad, de que no existía, ni iba a existir nunca, ningún tipo de compromiso, de ninguna naturaleza, con quienes eventualmente decidieran apoyar la campaña. Lo cual llegado el caso, harían por las vías legales correspondientes, según las formalidades previstas por la ley electoral. "El audio completo de manera fraudulenta, omite esa parte esencial y entra, de manera abrupta, en un comentario sin antecedentes, presentación, ni contexto. 'El Universal' no presentó esta parte, para poder atacar al Candidato Presidencial López Obrador. Si hubiera presentado el audio verdaderamente 'completo' la grabación no hubiera tenido el efecto propagandístico que buscaba. Continúa luego con el spot que difundió el PAN en radio y televisión donde aparece un extracto del evento con universitarios en la plaza de las Tres Culturas, donde se demuestra que la declaración del tabasqueño fue sacada de contexto con aparente dolo por el PAN y el PRI, pese a que el tabasqueño aseguró que su lucha es totalmente pacífica.

⁵⁵ <http://www.costabonino.com/cena.htm>

⁵⁶ *ibidem*.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. This is essential for ensuring the integrity of the financial statements and for providing a clear audit trail.

2. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. These methods include direct observation, interviews, and the use of specialized software tools.

3. The third part of the document describes the results of the data collection and analysis. It shows that there are significant differences in the way that different departments handle their data, which can lead to inconsistencies and errors.

4. The fourth part of the document discusses the implications of these findings. It suggests that a more standardized approach to data collection and analysis is needed to ensure the accuracy and reliability of the financial statements.

5. The fifth part of the document provides a detailed description of the proposed standardized approach. This approach would involve the use of a common set of data collection forms and a standardized process for analyzing the data.

6. The sixth part of the document discusses the challenges that may be encountered in implementing the proposed standardized approach. These challenges include the need for training and the potential for resistance to change.

7. The seventh part of the document discusses the benefits of the proposed standardized approach. These benefits include improved accuracy and reliability of the financial statements, as well as increased efficiency in the data collection and analysis process.

8. The eighth part of the document provides a detailed description of the implementation plan. This plan includes a timeline for the implementation of the standardized approach and a list of the key personnel responsible for each stage of the process.

9. The ninth part of the document discusses the monitoring and evaluation process. This process involves tracking the progress of the implementation and assessing the impact of the standardized approach on the accuracy and reliability of the financial statements.

10. The tenth part of the document provides a detailed description of the conclusions of the study. It concludes that the proposed standardized approach is a viable solution to the problem of inconsistent data collection and analysis across different departments.

11. The eleventh part of the document discusses the recommendations for future research. These recommendations include the need for further research on the effectiveness of the standardized approach and the need to explore other potential solutions to the problem of inconsistent data collection and analysis.

12. The twelfth part of the document provides a detailed description of the references used in the study. These references include books, articles, and other sources that provide information on data collection and analysis methods.

La declaración fue la siguiente:

“...a quienes piensan que es la vía armada una posibilidad para lograr la transformación de los pueblos, pero aquí quiero dejar de manifiesto que con todo respeto a quienes piensan de esa manera, nosotros sostenemos de que vamos a luchar siempre por la vía pacífica, por la vía electoral”.

Por lo cual de gira por Michoacán y Guanajuato, el 5 de Junio Andrés Manuel López Obrador, candidato presidencial de la izquierda, adelantó que iniciará la 'guerra sucia' en su contra y aseguró que si los "patrocinadores" del priísta Enrique Peña Nieto no logran revertir su caída se valdrán del "fraude" electoral."Ya conozco de esto: cuando vean que tampoco les funcionó la 'guerra sucia' a qué se van a ir al fraude", dijo. Agregó el tabasqueño que en estos momentos sus adversarios están intentando "detener la caída" de Peña Nieto, "pero ya está muy difícil porque va en picada".En si podemos afirmar que a pesar de los lanzamientos de cada spot respectivamente, sintetizaríamos que se trata, una vez más, de la política del miedo, la nueva "campaña de odio" emprendida contra Andrés Manuel López Obrador, mediante la transmisión de un spot televisivo en el que se le compara con dictadores o represivos. Es, en sí misma, una orgía de la venganza pueril. Ya ensayaron, con cierto éxito, la absoluta falta de escrúpulos con su "es un peligro para México". Ahora, los patrocinadores de esta andanada necesitan ir más a fondo: crear no sólo las condiciones de una derrota, sino de una ejecución puntual. El crispamiento nos hace daño a todos, y esta operación de la malevolencia ramplona debe eliminarse porque no corresponde a libertad de expresión alguna, sino al afán de lograr lo imposible: con unas cuantas imágenes declarar a una persona un dictador en su país.A menos de que alguien demuestre lo contrario, en México no hay dictadura, y lo que este episodio reitera es que lo que sí hay es la prepotencia difamatoria que quiere hacerse pasar por libertad de expresión. Si el Instituto Federal Electoral y las autoridades correspondientes no defienden lo que nos queda de civilidad, lo que viene es el linchamiento en nombre de los poderes que, por supuesto, "no se hacen responsables".



Es muy preocupante la actitud visceral de militantes de la derecha como la del PRI quienes no parecen darse cuenta de que la poca gobernabilidad que aún tenemos en México está prendida de alfileres. En su mezquino afán de mantenerse en el poder y conservar sus privilegios, hacen caso omiso al riesgo de quitar esos alfileres y así dar paso a una situación que ellos mismos serían los primeros en condenar, aunque sólo para echar más fuego a la hoguera culpando de tal situación al líder que lucha por evitar un gran colapso que diera al traste con el futuro de la nación. Andrés Manuel López Obrador ha enfocado su actividad política a crear conciencia entre la ciudadanía del valor de la gobernabilidad democrática, poniendo énfasis en la organización social como elemento fundamental para encauzar la lucha cívica por cauces pacíficos. Es una canallada afirmar que se ha dedicado a provocar odio entre la población, cuando su tesis política fundamental ha sido insistir que la vía pacífica es la única válida para llevar a cabo los cambios verdaderos que urgen al país. A las corrientes democráticas y progresistas, lo que más importa es consolidar condiciones que permitan un desenvolvimiento, lo más armónico posible de la sociedad, porque son el mejor antídoto a la violencia y a la descomposición del tejido social. En un entorno de paz, está probado históricamente, los pueblos avanzan y crean instituciones progresistas. Por eso un militante del PAN, que no ha abdicado de los principios fundacionales de su partido, como el senador Ricardo García Cervantes, condenó que los estrategas de la campaña de Josefina Vázquez Mota, hayan recurrido al nefasto procedimiento de la “propaganda sucia”.

Con este apartado ya visto podemos hacernos una pregunta: La mercadotecnia política, spots políticos: ¿Evolución, retroceso, ambigüedad? El término mercadotecnia política hace referencia a la aplicación de las técnicas de publicidad (encuestas de opinión, segmentación de la población, establecimiento de “nichos electorales” equivalentes a los nichos de consumo, slogan o lema que condensa promesas y discursos, spots televisivos, anunciantes, artistas, cantantes, deportistas en los ejercicios propagandísticos de la política ⁵⁷, difundida

⁵⁷ Propaganda y publicidad son dos formas de influencia y persuasión que si bien se basan por igual en el “mercado de las esperanzas”, se diferencian en la forma en que las ofrecen y en los objetivos buscados. La primera lo hace a través de la difusión de ideas y conductas, hace referencia mayormente a sujetos sociales, a problemas de interés general y de orden político particularmente, suele cultivar el “mesianismo de los hombres” y de la personalidad, y



particularmente en Estados Unidos y auspiciada principalmente por la industria televisiva mundial (en este caso tomamos como referencia los spot políticos). Gobiernos, funcionarios públicos, partidos políticos o candidatos recurren a ella para hacerse de una “imagen pública” de sí mismos que sea capaz de “seducir” a los ciudadanos o electores (dependiendo de la temporada política) para de ellos obtener la legitimidad política que les permita mantenerse en donde están, los adeptos necesarios para llevar a cabo (o frenar) determinadas acciones, o bien, los votos que les permitan acceder a cargos de elección popular.⁵⁸

Construirla, presentarla y conseguir con ello el objetivo último (el voto o el apoyo) es la tarea principal de esta práctica. Para lograrlo, necesita tener un conocimiento claro y veraz de las preferencias, condiciones y orientaciones del “mercado ciudadano-electoral”, ya que estas serán la base sobre la que se edificarán la “imagen pública”, el slogan que la acompañará y le imprimirá su particularidad, y la estrategia de mercadeo (producción de spots televisivos o radiofónicos en función de hábitos de consumo de información de los mass media, por ejemplo) que se seguirá para “ofrecerla” y conseguir que sea “comprada”. Para obtener dicha información se auxilia de las diversas herramientas mercadológicas de recolección de datos, las cuales también le sirven para dar seguimiento a la estrategia de mercadeo, evaluando su éxito (o su fracaso) y arrojando datos sobre la conveniencia de su implementación, de su modificación o de su abandono.⁵⁹

De esta manera, lo importante ya no es difundir visiones o ideas del mundo político a través de los discursos, las pancartas o las manifestaciones, sino crear y mostrar un icono creíble y redituable que, muchas veces, omite sostenerse sobre un mínimo de verdad, y reduce la complejidad de las realidades y conflictos sociales, políticos y económicos, a la simpleza de la acción y la imagen de los personajes políticos.

se halla más cerca de los niveles cognitivos del pensamiento social. La segunda tiene que ver con productos y servicios y con preocupaciones de orden individual, por lo que suele rendirse culto al “fetichismo de las cosas” y al consumo, acercándose más a las formas de expresión del pensamiento social (Ferrer, 1995:343,358-359; Durandín, 1990:12,21)

⁵⁸Origel Gutiérrez, María de Jesús (2000), “Los Spots. Factor Esencial del Marketing Político” en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, septiembre-diciembre, año/vol. XLIV, núm. 180, México: UNAM

⁵⁹Sánchez Murillo, Luis F. (2005), “El Marketing Político y sus Consecuencias para la Democracia”, en Comunicación y Sociedad, julio-diciembre, núm. 004, México: Universidad de Guadalajara

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page. The text is too light to transcribe accurately.

Esto ha dado cabida a mayores posibilidades de manipulación, de "flexibilización partidista" (constantes cambios de partido y postura) y de irresponsabilidad política (aseveraciones sin fundamento, por ejemplo) al conferir excesiva importancia al "culto de la imagen" y al no medirse en su elaboración (excesivos gastos en su implementación); ha contribuido a acelerar la degradación de la clase política con el elogio a sus desatinos, deslices y descuidos, le ha conferido un peso no merecido a los "expertos en mercadotecnia política" (simples publicistas o mercadólogos) y un menosprecio a los "científicos sociales" (politólogos, sociólogos o psicólogos sociales), y puede llevar a la completa desmovilización política (desinterés, apatía) de los ciudadanos/electores, y en el absoluto desconocimiento de lo político. Se trata, en última instancia, de una manifestación más de la transformación que ha sufrido la relación existente entre los mass media y la esfera política, resultado del acelerado desarrollo que han experimentado las tecnologías de la comunicación, de los innumerables cambios que ha sufrido el ámbito de la política en todo el mundo y de las meta-capacidades (socialización, influencia y persuasión tanto social como política) que han adquirido los medios masivos de comunicación, vistos como agente social, con peso e importancia propios.

3.6 ¿Qué valores nos vende la publicidad? (Spot)

Los mensajes de la publicidad actual operan siempre en un doble campo: por un lado, en la esfera del marketing, en la que nos vende productos y marcas (porque su objeto es estimular el consumo y reorientar la demanda del consumidor hacia la oferta de bienes o servicios); y por otro, en la esfera de lo social, porque los anuncios comerciales nos venden valores y estilos de vida que están asociados en los spots a determinadas marcas comerciales o en caso de las elecciones a los candidatos: Volvo es seguridad, Coca-Cola es juventud, Nokia es "conecting people", Josefina Vazquez Mota es "Diferente". La persona que es alcanzada por un anuncio, se forja una opinión sobre el producto concreto que ve, pero también sobre el valor (seguridad, confort, triunfo) que aparece allí representado.

Faint, illegible text in the left column, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Faint, illegible text in the right column, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Faint, illegible text in the left column, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Faint, illegible text in the right column, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Esta referencia a los valores no es algo enteramente nuevo. Desde siempre ha estado presente en la publicidad. Pero ahora se dan tres factores:

a) La orientación "psicologista" de una parte de la investigación sobre el consumidor. Muchos de los institutos sociológicos que se dedican a este campo adoptan como premisa de partida que cada grupo de nuestra sociedad tiene unas necesidades emocionales profundamente arraigadas, y que su trabajo para los directores de marketing de las empresas consiste en aislar e identificar los problemas psicológicos que afecten a cada sector de la población; así podrán los creativos publicitarios transformar los productos ordinarios y cotidianos en algo mágico que actúe como medicina para esas frustraciones de la audiencia.

b) La desorientación cultural en torno a los valores y las creencias. Hoy en día, en que el mundo contemporáneo parece sumergido en una crisis de identidad que afecta al sentido ético y a las creencias, la publicidad ha asumido el papel de ofrecer valores firmes, seguros, incuestionables y pacíficamente aceptados por la mayoría. Muchos sociólogos afirman que la publicidad ha venido a ocupar para muchos el lugar que antes asignaban a la religión, a la escuela o a la familia. Sin ser exactamente así, lo cierto es que muchos parecen buscar su identidad en el voluble mundo de las marcas y el sentido de la existencia en la efímera felicidad de los anuncios.

El efecto de los valores publicitarios sobre la personalidad social de los públicos, aunque estos se hallen cada vez más fragmentados, es de gran importancia, pues la configuración de la propia identidad, la imagen y la idea que tenemos de nosotros mismos, así como de nuestros valores y actitudes más básicas, y hasta nuestros sentimientos más complejos, dependen actualmente mucho más del orden de la imaginación y del corazón, de lo que se nos cuenta y de los símbolos con que lo contamos, que de las razones, los saberes científicos, las normas éticas y las leyes.

c) La importancia creciente de la televisión. La mediatización incontrolada de nuestra experiencia por los mass media es una de las principales causas de preocupación en nuestros días.

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page. The text is too light to transcribe accurately.

Muy especialmente, preocupa a los científicos la televisión, en tanto que ocupa un lugar hegemónico en la creación del universo visual que nos rodea y del que diariamente obtenemos gran parte de los datos que determinan nuestra imaginación, nuestra concepción general del mundo y de nosotros mismos. La imagen que nos forjamos de la felicidad viene fabricada industrialmente por las imágenes televisivas, según la regla que dicta ese medio: sólo debe aparecer allí como real lo que se deja convertir en espectáculo. Con esto, la distancia entre lo real, lo imaginario y lo publicitario, se borra y difumina. Lo que sucede en la pantalla es un puro simulacro, imágenes de imágenes, que nos proporcionan una apariencia de saber y un reflejo falseado de nosotros mismos; pero pocos parecen darse cuenta de ello.

Por otra parte, los anuncios televisivos -merced a elementos recurrentes como la música pegadiza, el eslogan o el juego de palabras- se recuerdan y se asimilan mucho más que el resto de nuestras experiencias cotidianas. Es precisamente la fuerte carga visual y emocional de los spots comerciales lo que hace de la publicidad en televisión un vehículo especialmente eficaz para la transmisión actitudes y estilos de vida. No obstante, esa capacidad de los anuncios para transmitir valores culturales ha sido interpretada de formas totalmente opuestas. Para algunos, la publicidad no crea ni impone determinados valores, sino que refleja fielmente las aspiraciones de la sociedad en la que se integra. Precisamente porque debe "agradar" a los consumidores, es de todo punto inconsistente -argumentan- que los anuncios traten de cambiar las creencias y los ideales de la gente. La publicidad sería, para estos autores, un mero "espejo" de los valores que ya están presentes en la vida social; y, en el mejor de los casos, no haría sino reforzar los valores que cree descubrir en los comportamientos de los individuos. En definitiva, podemos concluir que la publicidad no sólo refleja los valores que afloran en la vida social, sino que promueve y difunde también determinados valores: los que más directamente definen un estilo de vida consumista, con un marcado materialismo de fondo.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud.

2. The second part of the document outlines the specific procedures for recording transactions. It details the steps involved in the accounting cycle, from identifying the transaction to posting it to the appropriate ledger account.

3. The third part of the document discusses the importance of reconciling accounts. It explains how regular reconciliations help to ensure that the records are accurate and that any discrepancies are identified and corrected promptly.

4. The fourth part of the document discusses the importance of internal controls. It describes various control measures that can be implemented to reduce the risk of errors and fraud, such as segregation of duties and the use of standardized forms.

5. The fifth part of the document discusses the importance of auditing. It explains how audits provide an independent review of the financial records and help to ensure that they are accurate and reliable.

6. The sixth part of the document discusses the importance of transparency. It emphasizes that all transactions should be recorded and reported in a clear and concise manner, and that the results of the financial statements should be made available to all stakeholders.

7. The seventh part of the document discusses the importance of compliance. It explains that all financial transactions must be recorded and reported in accordance with applicable laws and regulations, and that failure to do so can result in severe penalties.

8. The eighth part of the document discusses the importance of ethics. It emphasizes that all financial transactions should be recorded and reported honestly and accurately, and that any attempts to manipulate the records for personal gain are strictly prohibited.

9. The ninth part of the document discusses the importance of communication. It explains that all financial transactions should be recorded and reported in a clear and concise manner, and that any questions or concerns should be addressed promptly.

10. The tenth part of the document discusses the importance of training. It explains that all personnel involved in the financial system should receive appropriate training and education to ensure that they are able to perform their duties accurately and efficiently.

3.7 Análisis de encuestas presidenciales, elección 2012; voto indeciso y preferencias electorales.

En este último apartado se tratara de dar un análisis en al menos 5 casas encuestadoras: Covarrubias y Asociados, Mitosfky, Buen Día y Laredo, Parametría y Milenio GEA/ISA referente al voto indeciso y preferencias electorales de acuerdo a los spot de ataque contra López Obrador. Cinco empresas encuestadoras coincidieron en quien sería el ganador de la elección presidencial, pero los rangos de victoria, el número de indecisos que marcaron algunas de ellas y el dato oculto de cuántos entrevistados no responde al sondeo, debilitan sus conclusiones.

Si bien todas coinciden en que el puntero es el candidato del PRI, Enrique Peña Nieto y el segundo sitio es para Andrés Manuel López Obrador, los márgenes de victoria del ex gobernador del Estado de México varían hasta 10 puntos, el número de indecisos oscila entre las 19 y las 12 unidades y se ignora el porcentaje de quienes rechazan contestar la encuesta. Concluyeron las campañas con un sector duro de ciudadanos indecisos. Entre 11 y 17%. Llegaron a representar 25% al inicio del proceso. Son los ciudadanos que expresan su deseo de votar, pero no saben todavía por quién lo harán. A última hora, se deciden por alguna de las siguientes tres opciones: no ir a las urnas, anular su voto o darle su confianza “al menos malo”. Por ello a partir del análisis que se hizo a cuatro spots de ataque contra López Obrador: “Andrés Manuel López Obrador no cree en la democracia” lanzado el 5 de junio del presente año. “López obrador no tiene control de sí mismo” el 27 de junio “Algunas personas nunca cambian” así de igual forma se lanzo el 5 de junio y Ataque del PRI contra AMLO este último fue la misma fecha 5 de junio del año en curso. En base al lanzamiento de cada spot respectivamente analizaremos en general que efecto tuvo en las preferencias electorales y en el voto indeciso, apoyándonos de encuestas de cada casa ya citada anteriormente. La cual se comprobara el efecto o no, partiendo del día de lanzamiento dando un recorrido en la primera semana después de la emanación de los spot.

MEMORANDUM FOR THE RECORD

On 10/10/54, the following information was received from the [redacted] regarding the [redacted] of [redacted] on [redacted] at [redacted].

The [redacted] was [redacted] by [redacted] and [redacted] on [redacted] at [redacted]. The [redacted] was [redacted] and [redacted] on [redacted] at [redacted].

The [redacted] was [redacted] by [redacted] and [redacted] on [redacted] at [redacted]. The [redacted] was [redacted] and [redacted] on [redacted] at [redacted].

The [redacted] was [redacted] by [redacted] and [redacted] on [redacted] at [redacted]. The [redacted] was [redacted] and [redacted] on [redacted] at [redacted].

The [redacted] was [redacted] by [redacted] and [redacted] on [redacted] at [redacted]. The [redacted] was [redacted] and [redacted] on [redacted] at [redacted].

Very truly yours,
[redacted]

Los candidatos buscaron convencer a los indecisos para que los mexicanos decidieran quién iba a ser su próximo presidente, mientras que el Instituto Federal Electoral (IFE) aseguró que todo estaba listo para conocer los resultados la noche de la elección. Leonardo Valdés, presidente del Instituto Federal Electoral (IFE), dijo que a las 23.45 hora local del domingo, 1 de julio, se darían a conocer las tendencias de la votación de la elección presidencial, y hacia las 02.00 hora local del lunes habría un avance de más del 90% de las actas. A falta de una semana para que los mexicanos votaran, los cuatro candidatos a la presidencia participaron en diversos actos masivos para convencer a los que todavía no tienen claro su voto. El candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Enrique Peña Nieto, se reunió con sus militantes y simpatizantes en la capital mexicana en el Estadio Azteca, ante quienes se mostró seguro de ganar las elecciones. "Juntos vamos a dejar atrás las prácticas de la vieja política, éste es un proyecto comprometido con la democracia, la libertad y la transparencia", dijo el candidato, favorito según las encuestas. Acompañado de su familia y de miembros de su partido, Peña Nieto aseguró que los mexicanos estaban listos para superar una etapa que calificó de "crítica", "de estancamiento económico, rezago social y violencia", en referencia a los casi doce años de gobierno del Partido Acción Nacional (PAN).

Por su parte, el candidato presidencial del Movimiento Progresista, Andrés Manuel López Obrador, hizo un nuevo llamamiento en Nayarit a los ciudadanos para que vigilen el día de la elección y mostró la copia de un cheque que supuestamente estaría utilizando el PRI para ganar votos en este estado. "No les va a funcionar la compra del voto", manifestó el político, quien aseguró que hay "un despertar ciudadano" porque el pueblo de México está "harto" del régimen de corrupción, de injusticias y de privilegios. La candidata del gobernante Partido Acción Nacional (PAN), Josefina Vázquez Mota, visitó los estados de Chiapas, Puebla y Veracruz. En un evento celebrado en Tuxtla Gutiérrez (Chiapas) quiso animar a sus simpatizantes a iniciar "la verdadera campaña" cuando ésta concluyó el día 27, la de convencer a sus allegados para que la voten.

The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The document also outlines the responsibilities of individuals involved in the process, including the need for transparency and accountability.

The second part of the document provides a detailed overview of the various types of transactions that are subject to reporting requirements. This includes information on the thresholds for reporting, the types of entities that are required to report, and the specific information that must be provided. The document also discusses the consequences of non-compliance with these requirements, including potential penalties and the impact on the individual's reputation.

The final part of the document offers practical advice on how to ensure compliance with the reporting requirements. This includes suggestions on how to maintain accurate records, how to identify potential reporting obligations, and how to seek professional advice if needed. The document concludes by reiterating the importance of transparency and accountability in the financial system and the role of individuals in maintaining its integrity.

The second part of the document provides a detailed overview of the various types of transactions that are subject to reporting requirements. This includes information on the thresholds for reporting, the types of entities that are required to report, and the specific information that must be provided. The document also discusses the consequences of non-compliance with these requirements, including potential penalties and the impact on the individual's reputation.

The final part of the document offers practical advice on how to ensure compliance with the reporting requirements. This includes suggestions on how to maintain accurate records, how to identify potential reporting obligations, and how to seek professional advice if needed. The document concludes by reiterating the importance of transparency and accountability in the financial system and the role of individuals in maintaining its integrity.

La candidata aseguró que no solo es la mejor opción, sino la única para continuar con la estabilidad económica y el desarrollo del país y aseguró que cada día se encuentra más cerca de alcanzar al candidato prisita, aunque las encuestas digan lo contrario. Vázquez Mota criticó a sus dos principales rivales, Peña Nieto, "un gobernante que representa el autoritarismo y la rendición frente al crimen organizado y el abuso del poder", y López Obrador, a quien criticó por haber sido dirigente del PRI en Tabasco. "No se dejen engañar, los dos representan el pasado, sólo nosotros representamos el futuro y los valores de la familia y el respeto a la vida", dijo.

Por su parte, el candidato del partido Nueva Alianza (Panal), Gabriel Quadri, se despidió de la capital mexicana con una carrera tras la cual dijo que los ciudadanos deben votar por el candidato "mejor preparado". "Deben elegir al candidato que tiene la mejor capacidad, mejor compromiso, conocimiento más amplio, la mejor trayectoria, la mejor perspectiva de largo plazo y la mejor visión del país, y creo que ese candidato soy yo", manifestó.

El domingo 1 de julio, unos 79,5 millones de mexicanos estuvieron convocados a las urnas para elegir a más de 2.000 funcionarios, entre ellos a 628 legisladores y al próximo presidente del país. Las elecciones presidenciales en México se presentaron igualadas y con una razonable dificultad de realizar predicciones fiables sobre su resultado. Tras las elecciones del cambio en 2000 y los resultados cuestionados de 2006, es importante que el próximo presidente cuente con la fuerza y la legitimidad necesaria para sacar adelante un nuevo proyecto para todo el país. Todo ello en medio de una discutida y costosa guerra al narcotráfico, con una débil relación bilateral con EEUU, donde claramente se ha perdido el paso en la cuestión migratoria, y con unas cifras económicas que no mueven a ningún optimismo. Para poder continuar con este aparatado daremos referencia a los resultados que si presentaron después del 1 de julio de acuerdo a cada casa encuestadora de las cuales vamos a estudiar. En primera instancia veamos el contraste que se dio a partir de la alternancia en el 2000, de acuerdo a las preferencias. Al observar el cuadro1 la preferencia efectiva a lo largo de toda la

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page. The text is arranged in several paragraphs and is too light to transcribe accurately.

campaña observamos que contra lo que algunos perciben si hubo cambios importantes porque aunque nunca hubo una variación del primer lugar en las encuestas si se modificaron sustantivamente las distancias y el orden de los lugares 2 y 3 de la contienda.



⁶⁰ Fuente encuesta 1

Aunque de cierta forma en el recuadro anterior solo se muestra el matiz de cómo se fue dando las preferencias electorales en cada año respectivo y dependiendo de sus candidatos en turno, no vemos lo que fue el resultado final después del 1 de julio, solo se presentó un enfoque de las distintas preferencias hacia los partidos o candidatos; por ello de forma general podemos sintetizar que de acuerdo al promedio de las encuestas que se presentaron en los años 2000 y 2006 podemos concluir que si observamos la línea entre diciembre y junio respectivamente, el puntero que se presentó durante casi toda la campaña electoral como favorito, vemos claramente que no fue el candidato ganador después del día de la elección. El contraste para este 2012 fue diferente comenzando con las publicaciones de cada casa encuestadora que a continuación

⁶⁰ Preferencias ciudadanas, consulta Mitosfky: www.consulta.mx

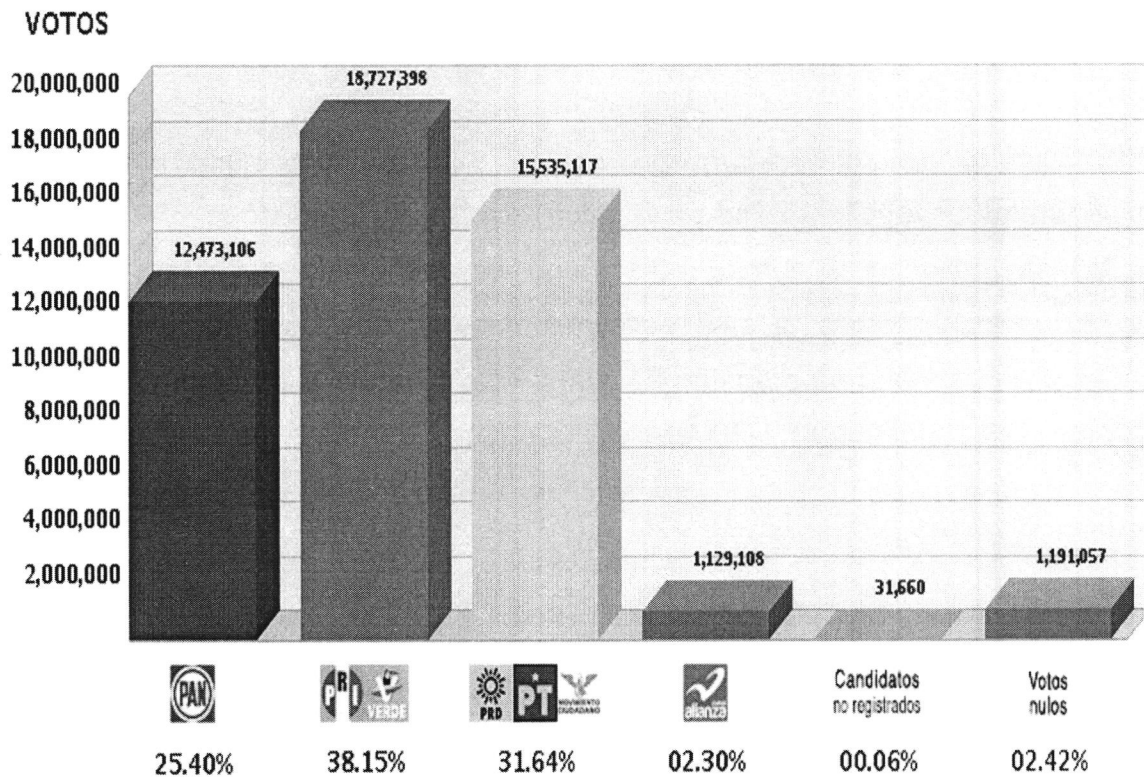
THE UNIVERSITY OF CHICAGO
DEPARTMENT OF CHEMISTRY
5408 S. UNIVERSITY AVENUE
CHICAGO, ILLINOIS 60637

RECEIVED
JAN 15 1964
FROM
DR. J. H. GOLDSTEIN
SUBJECT
POLYMERIZATION OF VINYL MONOMERS
BY CATIONIC MECHANISM

1. INTRODUCTION
The polymerization of vinyl monomers by a cationic mechanism has been studied extensively in the past. The reaction is initiated by a strong acid or a Lewis acid complexed with a suitable co-initiator. The mechanism of the reaction is still a matter of controversy. It is generally accepted that the reaction proceeds through a carbocationic intermediate. The nature of this intermediate, however, is still a matter of debate. It is generally believed that the intermediate is a resonance-stabilized carbocation. The reaction is highly sensitive to the nature of the monomer and the solvent. The reaction is also highly sensitive to the nature of the initiator and the co-initiator. The reaction is generally carried out in a non-polar solvent at low temperatures. The reaction is highly exothermic and the heat of polymerization is generally in the range of 50-100 kJ/mol. The reaction is generally carried out in a batch reactor. The reaction is highly sensitive to the nature of the monomer and the solvent. The reaction is also highly sensitive to the nature of the initiator and the co-initiator. The reaction is generally carried out in a non-polar solvent at low temperatures. The reaction is highly exothermic and the heat of polymerization is generally in the range of 50-100 kJ/mol. The reaction is generally carried out in a batch reactor.

2. EXPERIMENTAL
The polymerization of vinyl monomers by a cationic mechanism was studied in a batch reactor. The reaction was carried out in a non-polar solvent at low temperatures. The reaction was initiated by a strong acid or a Lewis acid complexed with a suitable co-initiator. The reaction was highly exothermic and the heat of polymerization was generally in the range of 50-100 kJ/mol. The reaction was generally carried out in a batch reactor. The reaction was highly sensitive to the nature of the monomer and the solvent. The reaction was also highly sensitive to the nature of the initiator and the co-initiator. The reaction was generally carried out in a non-polar solvent at low temperatures. The reaction was highly exothermic and the heat of polymerization was generally in the range of 50-100 kJ/mol. The reaction was generally carried out in a batch reactor.

nos presentaran los resultados finales, que se obtuvieron después de la elección de este año. De las 8 de la mañana a las 6 de la tarde del pasado 1 de julio los ciudadanos de todo México tuvieron la oportunidad de elegir más de 2 mil 100 cargos de elección popular, entre ellos al próximo presidente, 500 diputados federales, 128 senadores, 1 jefe de gobierno y en 6 estados gobernadores. Conforme las leyes electorales lo permitieron, dimos a conocer resultados estadísticos producto de un proyecto realizado para la cámara nacional de la industria de radio y televisión (CIRT). Por ello se mostrara en primera instancia las estadísticas que se dieron por parte oficial de IFE.⁶¹ Ya después veremos el contraste que se presenta con cada encuestadora.



⁶¹ Instituto Federal Electoral, <https://prep2012.ife.org.mx/prep/NACIONAL/PresidenteNacionalVPC.html>.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that this is crucial for ensuring the integrity of the financial statements and for providing a clear audit trail.

2. The second part of the document outlines the specific procedures that should be followed when recording transactions. This includes the use of double-entry bookkeeping and the requirement to post all entries to the general ledger.

3. The third part of the document discusses the importance of reconciling the accounts regularly. This helps to identify any discrepancies between the recorded transactions and the actual bank statements or other external records.

4. The fourth part of the document discusses the importance of maintaining proper documentation for all transactions. This includes retaining receipts, invoices, and other supporting documents for a period of time that is specified in the relevant regulations.

5. The fifth part of the document discusses the importance of ensuring that all transactions are recorded in a timely and accurate manner. This helps to ensure that the financial statements are up-to-date and reliable.

6. The sixth part of the document discusses the importance of ensuring that all transactions are recorded in a clear and concise manner. This helps to ensure that the financial statements are easy to understand and interpret.













7. The seventh part of the document discusses the importance of ensuring that all transactions are recorded in a consistent manner. This helps to ensure that the financial statements are comparable over time and across different periods.

8. The eighth part of the document discusses the importance of ensuring that all transactions are recorded in a secure manner. This helps to protect the confidentiality of the financial information and to prevent any unauthorized access or tampering.

9. The ninth part of the document discusses the importance of ensuring that all transactions are recorded in a transparent manner. This helps to ensure that the financial statements are open to public scrutiny and that any potential issues can be identified and resolved.

10. The tenth part of the document discusses the importance of ensuring that all transactions are recorded in a complete manner. This helps to ensure that the financial statements provide a full and accurate picture of the organization's financial performance.

Consulta Mitosfky

Diputados [Cálculo por coalición]			Presidencial (*)				Senadores [Cálculo por coalición]		
	Min.	Máx.					Min.	Máx.	
	115	135						35	38
	221	249	25.9%	39.2%	32.5%	2.4%		58	61
	116	148	Vázquez Mota	Peña Nieto	López Obrador	Quedri de la Torre		29	33
	4	12						0	1
Estado: Abierto Método: Conteo Rápido y PREP			Estado: Abierto Avance: 88% Método: Conteo Rápido				Estado: Abierto Método: Conteo Rápido y PREP		

Chiapas (*)	Distrito Federal (*)	Guanajuato (*)	Jalisco (*)	Morelos (*)	Tabasco (*)	Yucatán (*)
 11.5% Emmanuel Nimón	 15% Miranda de Walboe	 50% Miguel Márquez	 20.5% Fernando Guzmán	 17% Adrián Riera Pérez	 4% Gerardo Priego Tapia	 40.5% Joaquín Díaz Méndez
 67.5% Manuel Velasco	 19.5% Beatriz Paredes	 40% Torres Landa	 39% Arturo Méndez Santofel	 38% Amado Ortizuela	 45% Jesús Añel de la Torre	 50.5% Rolando Zapata
 19.5% María Elena Orantes	 64% Miguel Mancera	 4% Armuta Montes de la Vega	 34.5% Enrique Alfaro	 42% Graco Ramírez	 51% Arturo Nuñez	 7% Erick Villanueva Mutul
Estado: Abierto Avance: 95% Método: Conteo Rápido	Estado: Abierto Avance: 95% Método: Conteo Rápido	Estado: Abierto Avance: 90% Método: Conteo Rápido	Estado: Abierto Avance: 85% Método: Conteo Rápido	Estado: Abierto Avance: 83% Método: Conteo Rápido	Estado: Abierto Avance: 85% Método: Conteo Rápido	Estado: Abierto Avance: 90% Método: Conteo Rápido

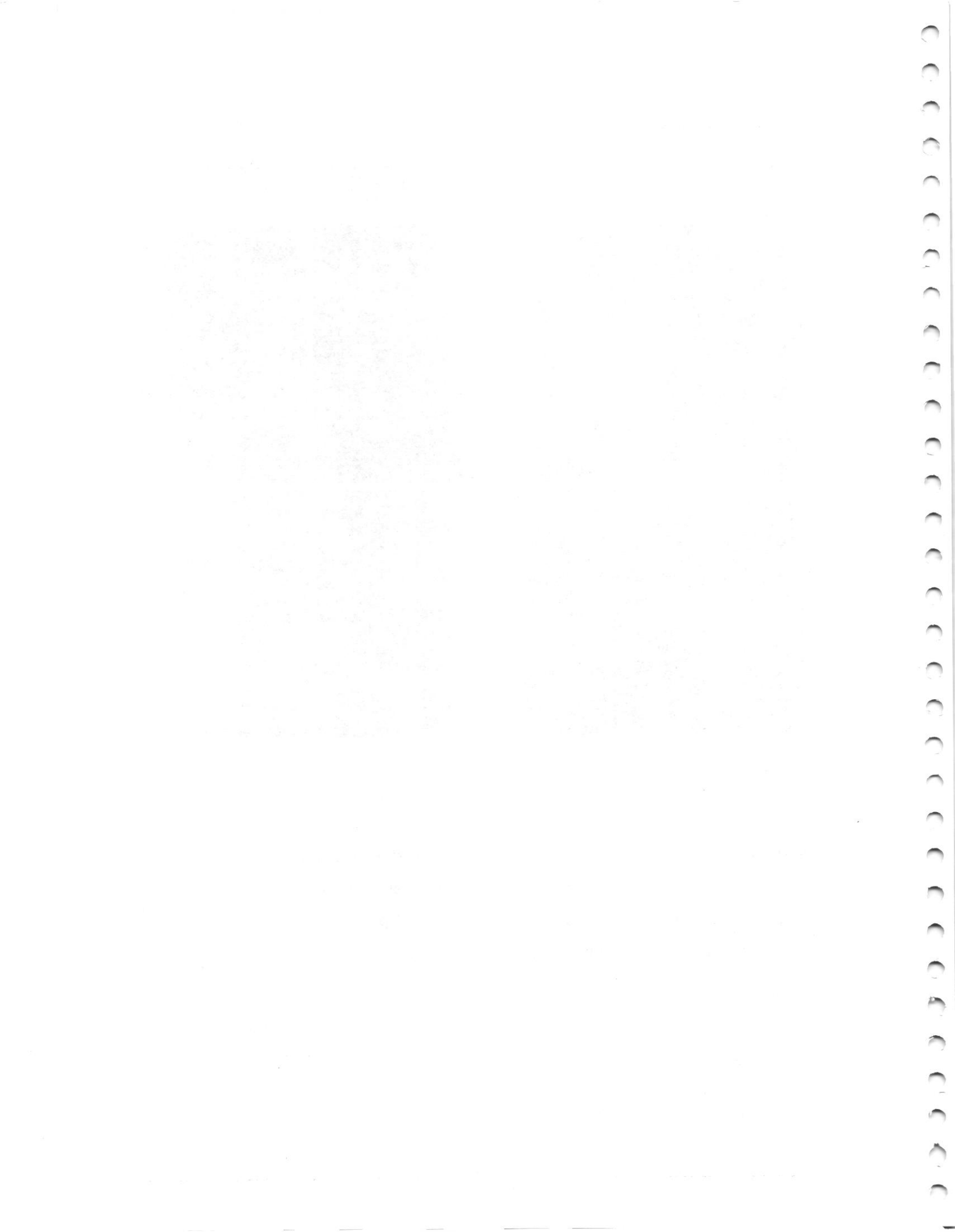
OBSERVACIONES: (*) NO SUMA 100% DATOS DESGLOSADOS AL DAR CLICK EN EL TABLERO

Se reportan porcentajes de votación obtenida por los candidatos estimando los votos nulos, en blanco o por candidatos no registrados. Los porcentajes reportados son producto de estimaciones estadísticas y los datos definitivos solo los dará la autoridad electoral en el estado.

62

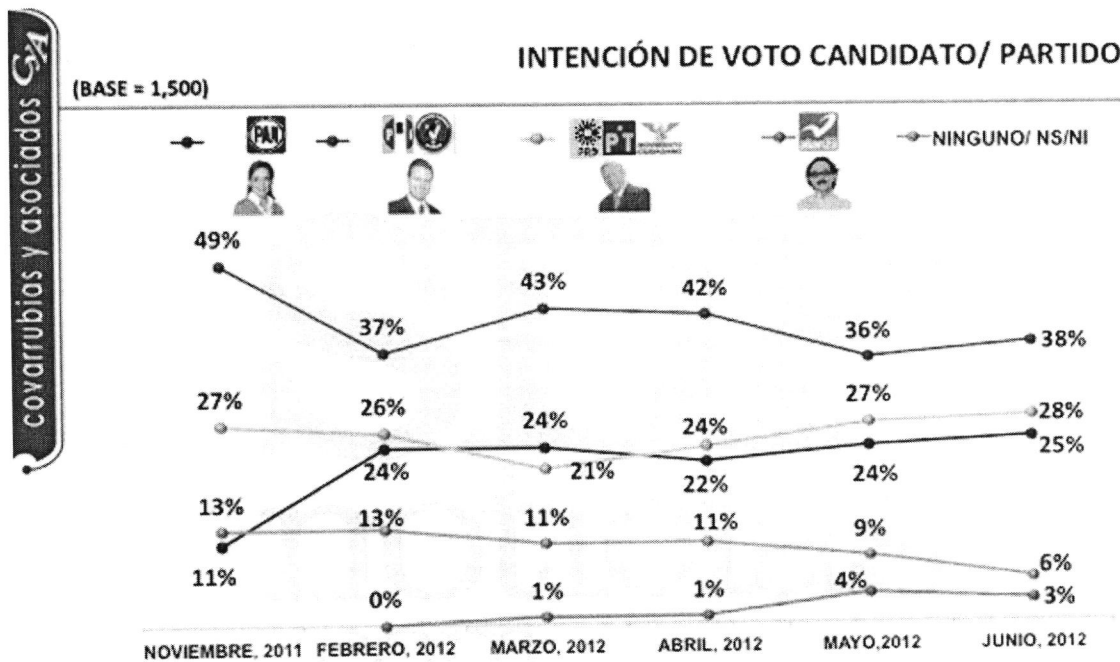
De acuerdo a la última encuesta de Consulta Mitosfky, el candidato de la coalición "Compromiso por México" (PRI-PVEM), Enrique Peña Nieto, entra en la recta final a la cabeza en las preferencias efectivas con 39.2 por ciento, lo que lo ubica 7.2 puntos de distancia de su más cercano competidor.

⁶² www.consulta.mx, consulta Mitosfky.



En la segunda posición se ubica el candidato de la alianza PRD-PT-MC, Andrés López, con 32.5 por ciento de las preferencias efectivas, mientras que Josefina Vázquez Mota, del PAN, alcanza 25.9 por ciento, y Gabriel Quadri, de Nueva Alianza (PANAL), obtiene 2.4 por ciento.

Covarrubias y Asociados



P13. Si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República. ¿Usted por quien votaria?

Covarrubias y Asociados

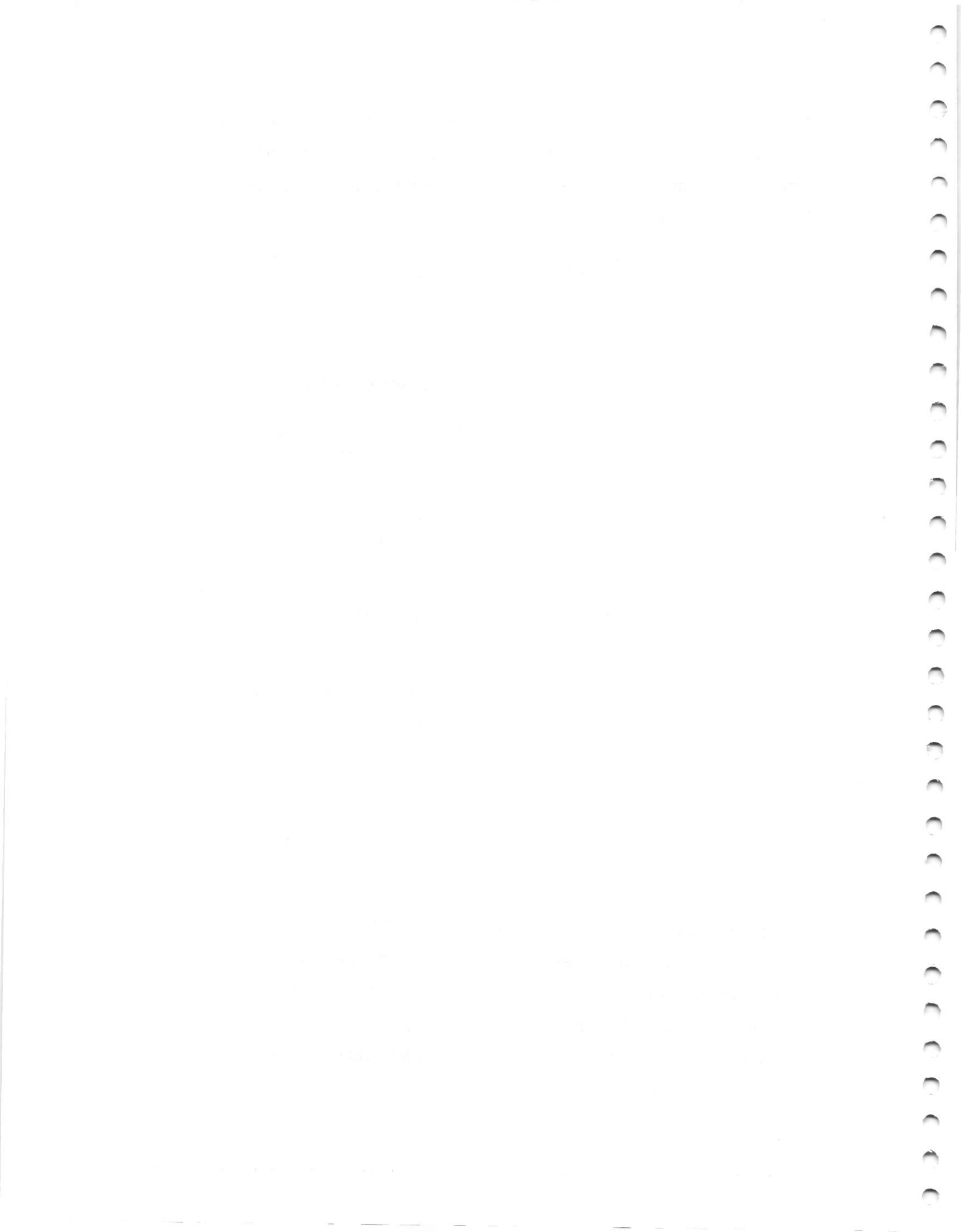
Junio, 2012

- 4 -

63

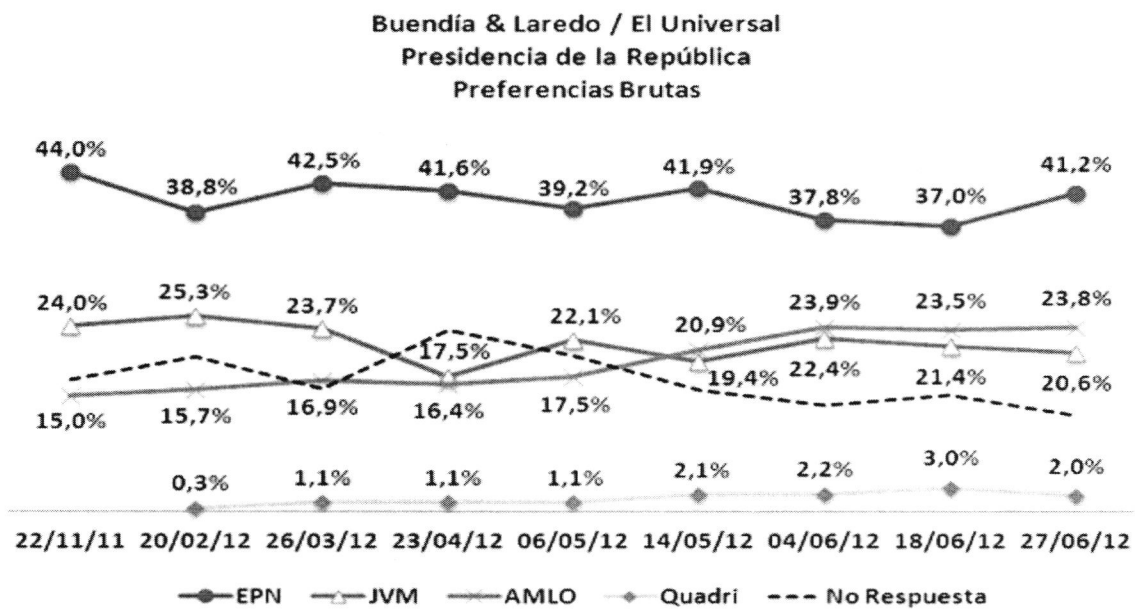
En el proceso electoral presidencial mexicano de 2012 pasó mucho y, al final, no pasó nada. En estas campañas hubo de todo solo para encontrarnos, al terminar las mismas, con que en realidad no hubo nada. Enrique Peña Nieto, candidato presidencial del PRI y del Partido Verde, empezó, en febrero de 2012, con 37% de intención del voto (sin eliminar la no respuesta) y terminó con 38%.

⁶³ Encuesta Covarrubias y Asociados. <http://www.sdpnoticias.com/nacional>



Andrés Manuel López Obrador, candidato del PRD, el PT y Movimiento Ciudadano tenía, en febrero de este año, 26% de las preferencias y hoy cuenta con 28%. Josefina Vázquez Mota tenía, en febrero, 24% de las preferencias y concluye la campaña con 25%. Eliminando la no respuesta, la ventaja de Peña Nieto es todavía mayor en la encuesta final: 41% el priista, 30% López Obrador y 26% Vázquez Mota, aproximadamente igual a los números de febrero: EPN 42%, AMLO 30% y JVM 27%.

Buen Día y Laredo



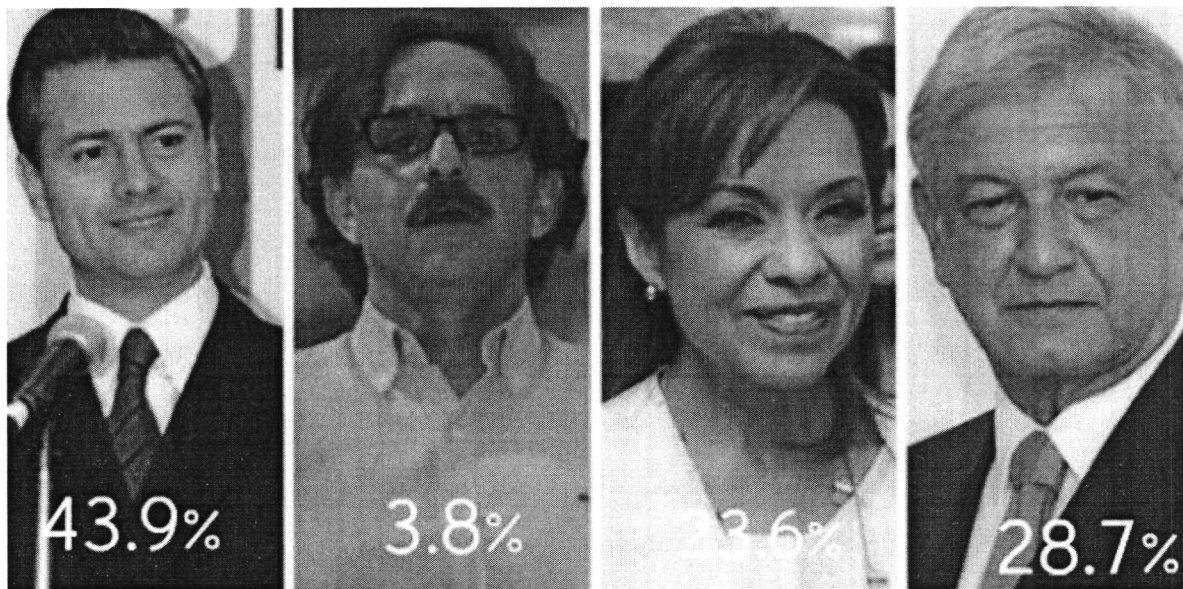
Tamaño de la muestra: 2,000 entrevistas a adultos mayores de 18 años con credencial de elector vigente. Margen de error: $\pm 2.5\%$ con un nivel de confianza de 95%. Entrevistas personales cara a cara.⁶⁴

⁶⁴ Estrategia 2012, análisis e información sobre el proceso electoral en México, Buendía y Laredo.

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

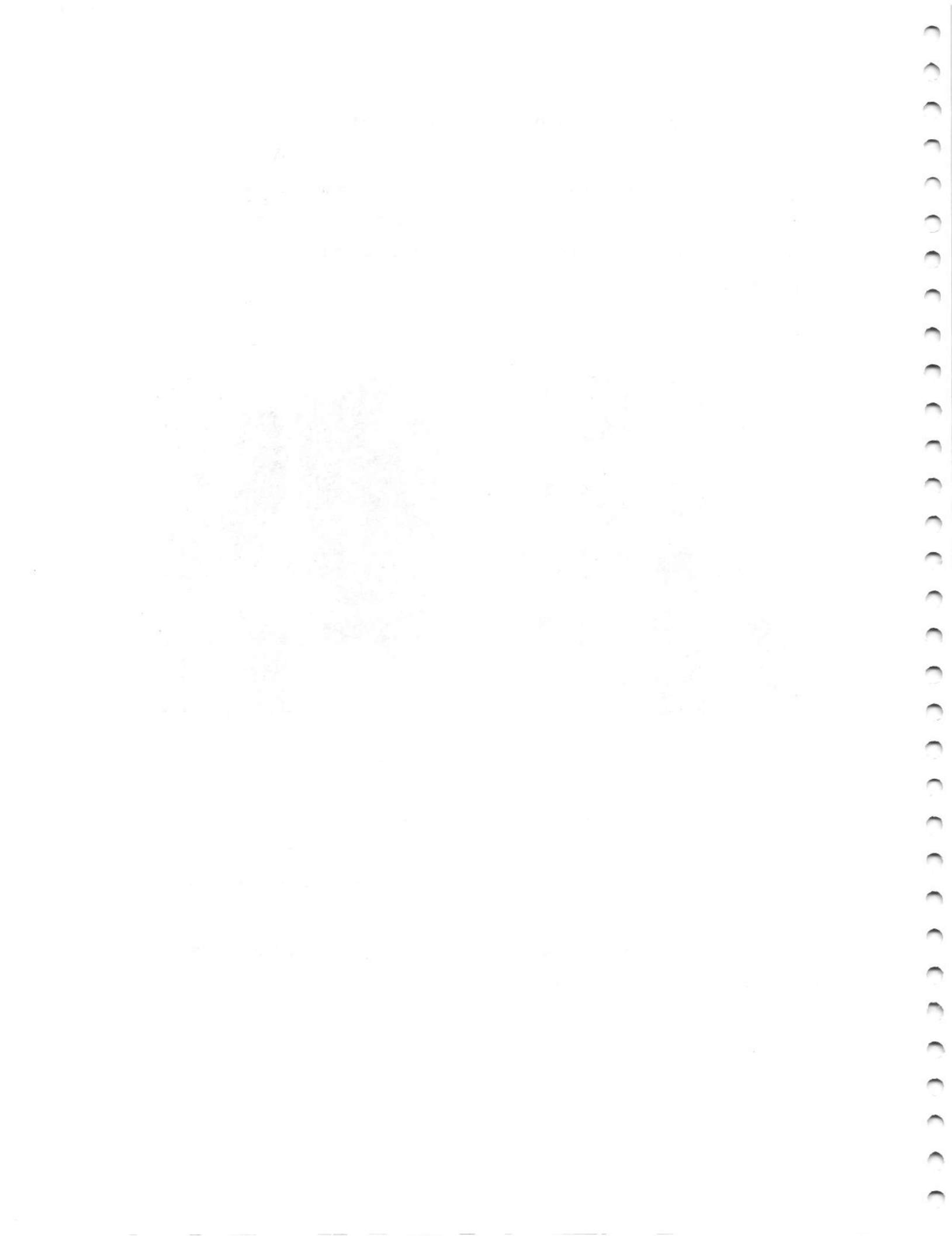
La encuesta de Buendía & Laredo / El Universal, EPN sube poco más de cuatro puntos para registrar el 41.2% de las preferencias brutas. AMLO incrementa marginalmente en la intención de voto, alcanza el 23.8% de las preferencias y se ubica a más de 17 puntos del primer lugar. JVM baja ocho décimas y obtiene 20.6% de la intención de voto. GQ cae un punto, pasando del 3 al 2%. La no respuesta disminuye del 15.1 al 12.4%.

Parametría.



Peña Nieto tiene 43.9% de preferencia efectiva: Parametría-El Sol de México encuesta-Parametría-semana-elecciones El candidato del PRI-PVEM, Enrique Peña Nieto, cuenta con 43.9 por ciento de la preferencia efectiva, indicó la Encuesta Nacional en Vivienda de Parametría-El Sol de México. En el segundo lugar está con 28.7 por ciento, Andrés Manuel López Obrador, candidato de la coalición Movimiento Progresista. En tercer lugar, con 23.6 por ciento, está Josefina Vázquez Mota, candidata del PAN. Al final está Gabriel Quadri, de Nueva Alianza, que suma 3.8 por ciento de la preferencia electoral efectiva.⁶⁵

⁶⁵ Elecciones primera plana, encuesta Parametría; <http://laprimera plana.com.mx/elecciones-2012/pena-nieto-tiene-43-9-de-preferencia-efectiva-parametría-el-sol-de-méxico/>.



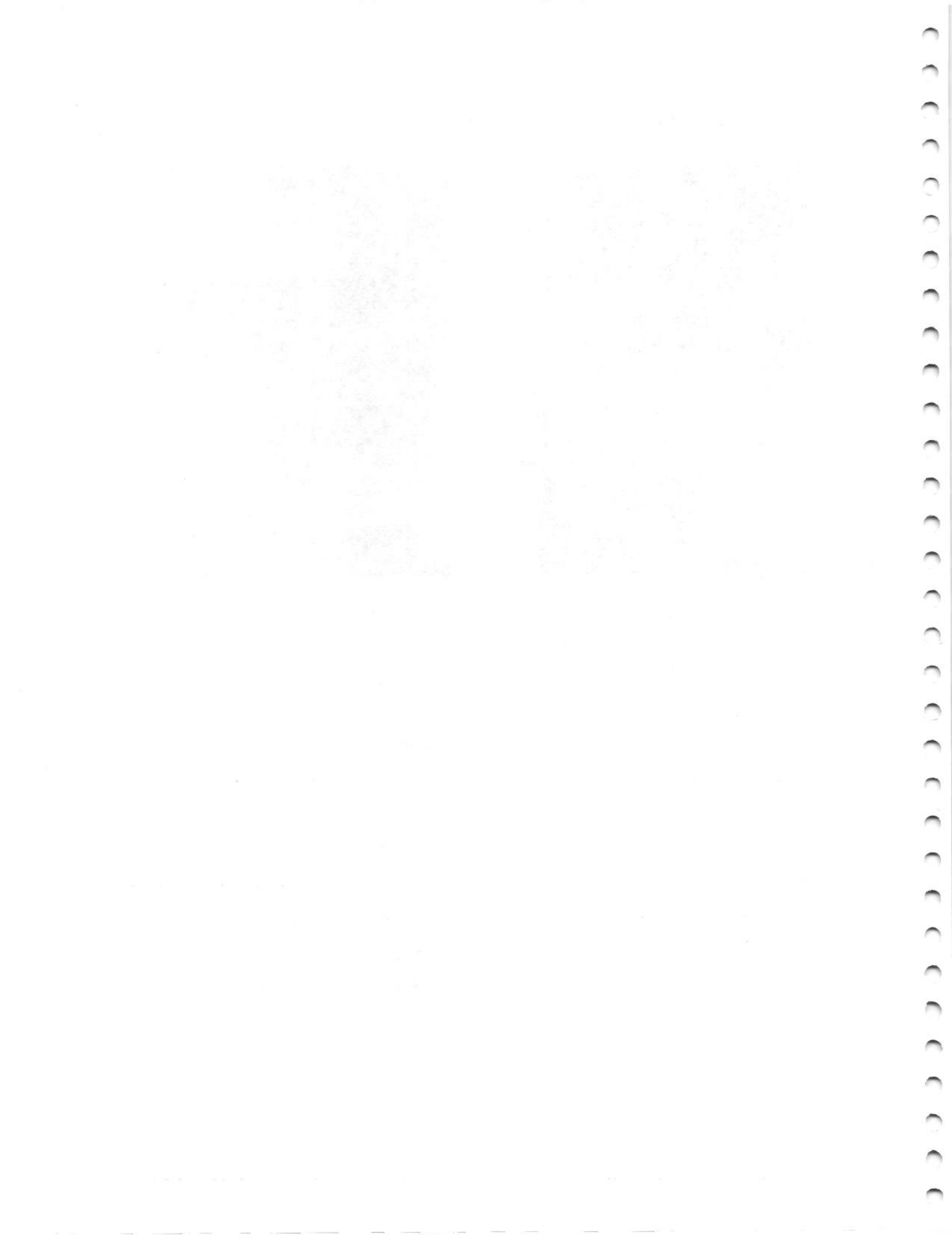
Milenio GEA/ISA.



Lo que vemos aquí es que Enrique Peña Nieto superaría por 18 puntos a Andrés Manuel López Obrador. Peña Nieto le ganó por 6.5. Falló la encuesta de seguimiento diario MILENIO-GEA/ISA. Se puede decir que, de principio a fin, se marco que había un puntero claro y que ese puntero ganó con claridad; que había y hubo un segundo lugar nítido y que fue perfecto en los seis puntos de diferencia entre López Obrador y Josefina Vázquez Mota. Pero lo cierto es que el ejercicio no salió bien, a pesar de haberlo hecho con la casa encuestadora que tuvo los mejores registros en los comicios presidenciales de 2000 y 2006⁶⁶.

En si podemos decir que como era lógico, las previsiones que se tenían acerca de los resultados probables del día de las elecciones, y también las cábalas y apuestas que se generan a su derredor, están apoyadas en las famosas encuestas. Las encuestas en la elección presidencial de 2012 han sido un tema muy agitado que se ha vuelto, incluso, objeto de litigio postelectoral.

⁶⁶<http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/9152111>




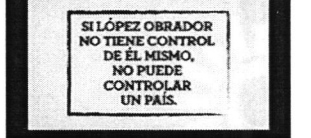


Por su protagonismo, por su influencia, por su falta de transparencia o por su nivel de desacierto e imprecisión, las encuestas y sondeos están siendo sometidos a diversas formas de escrutinio y reflexión. El hecho es que, en este 2012, la precisión de la mayoría de las encuestas sobre intención de voto para presidente sufrió un revés al registrar un aumento en la desviación de sus estimadores respecto al resultado oficial de la votación. Pero la principal falla de las encuestas en 2012 se observa con mayor claridad en la distancia entre primero y segundo lugar que finalmente hubo. Según los resultados oficiales, Enrique Peña superó a López Obrador por 6.8 puntos porcentuales. En promedio, las encuestas preelectorales finales estimaban una distancia poco mayor a los 14 puntos, e incluso hubo encuestas finales que preveían hasta 20 puntos de distancia. No es por nada que las encuestas generaran una fuerte controversia entre los actores políticos, principalmente de las izquierdas, quienes las acusan de haber sido pagadas y utilizadas como un instrumento de propaganda electoral a favor de Enrique Peña Nieto. Si esa acusación es cierta o no es un asunto pendiente, pero lo cierto es que desde que arrancaron las campañas electorales, las encuestas publicadas por diversas empresas y medios mostraban una muy amplia distancia a favor del candidato del PRI.

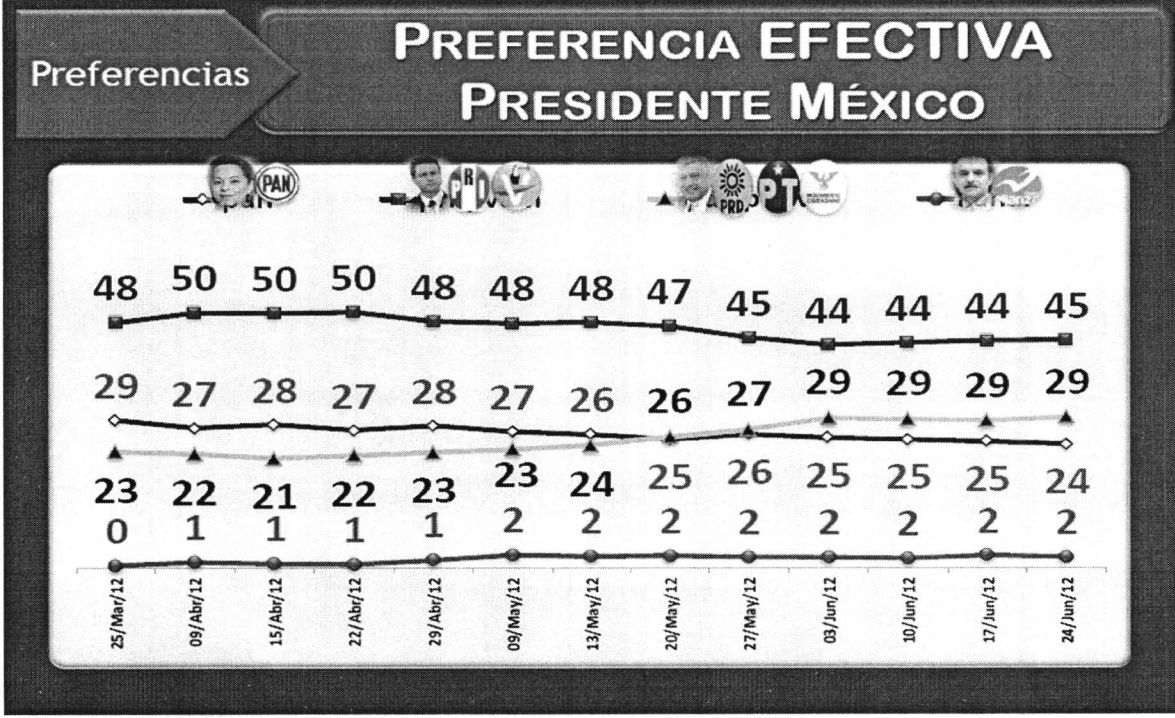
En la tarea de evaluar las encuestas y su precisión, es importante verlas en su conjunto, como se ha hecho en este estudio, pero también caso por caso, es decir que ahora veremos el contraste que se dio en base al lanzamiento de los 4 spot de ataque contra López Obrador, tema que nos atañe para esclarecer nuestra hipótesis: sobre qué influencia tuvieron esos spots para la preferencia electoral y los votos indecisos. Bien ahora analizaremos grosso modo el efecto que tuvieron en las encuestas los spots sobre las preferencias electorales y el voto indeciso a contra posición del actor político López Obrador.

Faint, illegible text covering the majority of the page, possibly bleed-through from the reverse side.



5 de junio y 27 de junio: spots	
<p>“Algunas personas nunca cambian”</p> <p>5 de junio</p>	
<p>“PRI vs AMLO”</p> <p>5 de junio</p>	
<p>“López Obrador no cree en la democracia”</p> <p>5 de junio</p>	
<p>“No tiene control de sí mismo”</p> <p>27 junio</p>	

Preferencias electorales antes y después de cada spot de ataque lanzado.



1950

1951

1952

1953

1954

1955

1956

1957

1958

1959

1960

1961

1962

1963

1964

1965

1966

1967

1968

1969

1970

1971

1972

1973

1974

1975

1976

1977

1978

1979

1980

1981

1982

1983

1984

1985

1986

1987

1988

1989

1990

1991

1992

1993

1994

1995

1996

1997

1998

1999

2000

2001

2002

2003

2004

2005

2006

2007

2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

2023

2024

2025

Vemos claramente que Enrique Peña Nieto, candidato de la coalición “Compromiso por México”, tenía el 44.5% de las preferencias electorales. Toda la campaña el candidato, reconocido por su telegenia, se mantuvo como el puntero en todas las encuestas registradas. Antes ser candidato presidencial, Peña Nieto fue gobernador del Estado de México, la entidad más poblada del país (2005-2011), tiempo durante el cual pasó de ser prácticamente desconocido a ser uno de los políticos con mayor presencia en la televisión, el principal medio de comunicación de la mayor parte de los mexicanos. La campaña del Peña Nieto ha sido cuestionada por sus presuntos vínculos con Televisa, la principal televisora privada del país, que ha sido señalada por su supuesto apoyo al candidato del PRI. Televisa ha negado que exista un acuerdo para apoyar al ex gobernador del Estado de México. Otro de los elementos destacados durante su campaña fue que mantuvo una práctica realizada durante su gubernatura: firmar compromisos y cumplirlos con el aval de un notario. Entre esas promesas, la más notoria fue no permitir el retorno al gobierno del “viejo PRI”, que los mexicanos decidieron sacar del gobierno hace 12 años al votar por el panista Vicente Fox. Peña Nieto ha dicho en reiteradas ocasiones que el PRI que enfrentó numerosas acusaciones de corrupción durante el mandato presidencial que mantuvo casi siete décadas, no es el mismo que gobernará con él. No obstante, él mismo ha tenido que enfrentar de manera cercana situaciones de presunta corrupción. La campaña del priista también se vio marcada por la protesta estudiantil que ocurrió cuando visitó la Universidad Iberoamericana y que dio origen al movimiento #YoSoy132. Además, en diferentes partes del país, ciudadanos en contra del regreso del PRI al poder organizaron marchas “anti Peña”, para manifestarse, pero pese a todo esto se mantuvo como puntero de cada una de las casas encuestadoras estudiadas aquí.

Pero lo que nos interesa es la efectividad o no de los spot de ataque contra Obrador; Andrés Manuel López Obrador, el candidato de la coalición “Movimiento Progresista”, integrada por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), Partido del Trabajo (PT) y Movimiento Ciudadano, alcanzó el 29.4% de las preferencias.

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page. The text is arranged in several paragraphs and is too light to transcribe accurately.

López Obrador también fue candidato presidencial hace seis años, cuando contendió y perdió con el 0.56% frente al panista Felipe Calderón. Desde entonces, el candidato de la izquierda ha señalado reiteradamente que en 2006 hubo un fraude electoral y luego de varias manifestaciones masiva de protesta y demanda de un nuevo cómputo de los votos, se autoproclamó “Presidente legítimo de México”, cargo con el que recorrió el país hasta antes de ser postulado nuevamente. Durante la campaña de este año, López Obrador se vio envuelto en un escándalo, por colaboradores que presuntamente buscaban recolectar fondos privados para financiar su campaña. De acuerdo con una grabación difundida en algunos medios de comunicación, Luis Costa Bonino, asesor del candidato de origen tabasqueño, pidió a empresarios contribuir a juntar una suma de 6 millones de dólares para la contienda electoral. Este fue en realidad el único escándalo en el que se vio involucrado López Obrador y, tras la difusión de la grabación, dijo que nunca le pidió a ninguno de sus colaboradores recolectar fondos privados. En México, la ley limita el financiamiento privado de campañas electorales. Los donativos de particulares tienen topes establecidos por la ley electoral. En si fuera considerado que las descalificaciones contra el candidato presidencial del Movimiento Progresista, Andrés Manuel López Obrador, constituyen una reacción a su ascenso o su permanencia en las encuestas. En el año 2006 vivimos la guerra sucia más grande que se haya vivido nunca contra un candidato a la Presidencia de la República en México. Al candidato de la entonces “Coalición por el Bien de Todos”, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), se le nombró entre muchas cosas “Un peligro para México”. Las consecuencias ya las sabemos: se polarizó la elección y tuvieron que recurrir al fraude electoral para poder evitar que AMLO llegara a la presidencia de la república. Muchos pensaron que en las elecciones de 2012 la guerra sucia contra AMLO no se repetiría pues ya estaba vacunado, pero no es así, la guerra sucia ya comenzó.

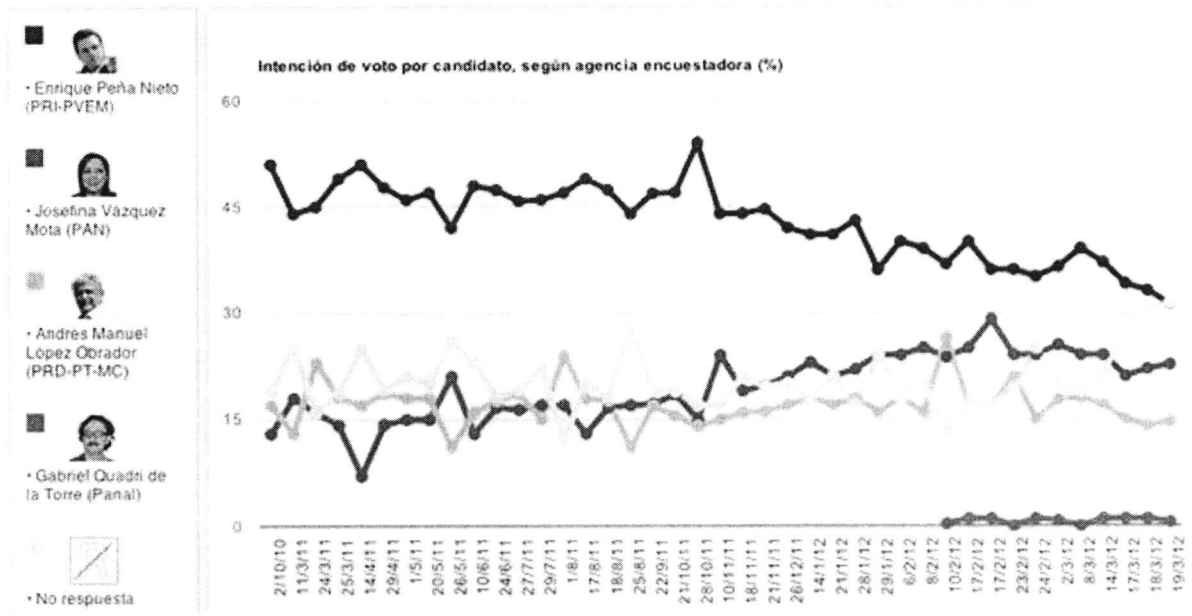


La historia se repitió, haciendo referencia a la campaña contra López Obrador implementada en la contienda de 2006. De acuerdo a las preferencias electorales, vemos aquí claramente que los spot de ataque del PAN hacia López Obrador dieron cabida a un efecto bumerang, como ya lo vimos en capítulos anteriores, donde en vez de beneficiar y escalar posiciones en las preferencias del votante mexicano, el efecto de esos spot propiciaron una mala visión hacia el partido y la candidata como la mala del cuento.

En síntesis, pese a los 15 puntos de ventaja de Peña Nieto sobre López Obrador nos vamos a los comicios con una buena dosis de inseguridad y, desafortunadamente, otra vez, con alto nivel de polarización. Aún así, en el día de los comicios se presentó una sorpresa. Un resultado más estrecho de lo que pareció indicar las encuestas. Se tendió a que se cerrará la elección, pero no al grado de lo que se cerró la pasada. Pero como vimos la apuesta estaba en el aire donde quedaron más cerca. Ya que la encuesta de encuestas fue el voto ciudadano. Así de igual forma veremos, cuando fueron lanzados los spot contra el político tabasqueño, de cada casa encuestadora el cómo influyó en los votos indecisos ante esa publicidad, donde se buscaba la simpatía de ellos ante las propuestas o plataformas electorales.



Estadísticas | Milenio GEA – ISA



⁶⁷ Fuente mes de Marzo

Enrique Peña Nieto fue superado por primera vez en las encuestas rumbo a la elección presidencial de 2012. ¿Por Josefina Vázquez Mota? No. ¿Por Andrés Manuel López Obrador? Tampoco. ¿Por Gabriel Quadri? Menos. ¿Por quién? Por los votantes indecisos. Al menos, así lo indica la más reciente encuesta de Milenio GEA-ISA, dada a conocer, que reportó que el porcentaje de electores que no manifestó preferencia por alguno de los 4 candidatos presidenciales superó a quienes sí dijeron por quién votará.

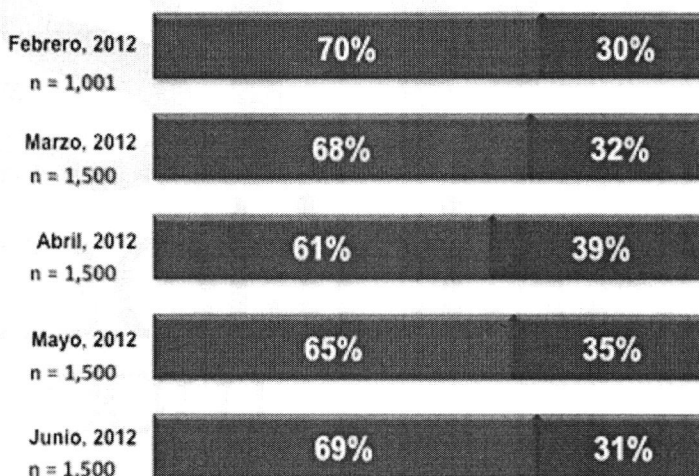
La medición, levantada en viviendas a nivel nacional revela que el número de encuestados "indecisos" supera incluso al priista Enrique Peña Nieto, quien se había colocado al frente de todas las mediciones, como se observa en la grafica.

⁶⁷ Estadísticas, GEA/ISA, ELLECCION 2012, MEXICO



Estadísticas Covarrubias y Asociados.

- Está completamente seguro de por quién va a votar
- Aún no está seguro de por quién votar / puede cambiar



P14. Pensando en las elecciones de julio próximo para Presidente de la República, ¿Ud. ya decidió por quién va a votar?



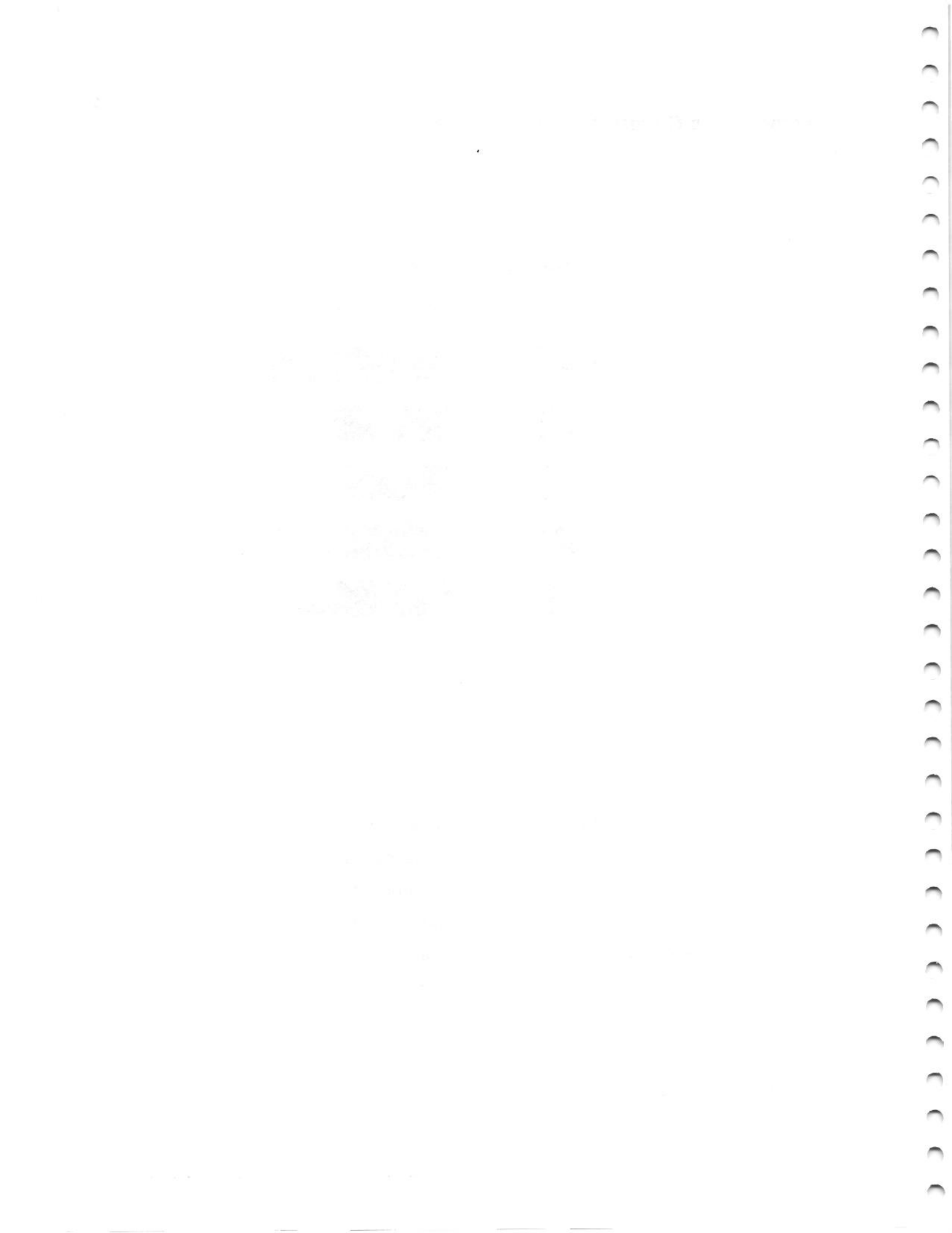
Junio, 2012

- 10 -

68

La decisión de los votos a favor de Andrés Manuel López Obrador, candidato de la izquierda, se tomó anticipadamente; mientras que los sufragios a favor de Enrique Peña Nieto, candidato del PRI-PVEM, se decidieron, en mayor porcentaje, en los tres días previos a los comicios y el mismo día de la elección, se informó en una encuesta poselectoral difundida por Covarrubias y Asociados.

⁶⁸ <http://www.sdproicias.com/nacional/2012/06/26/encuesta-final-covarrubias-y-asociados-2012-eqn-10-puntos-arriba-de-amlo>



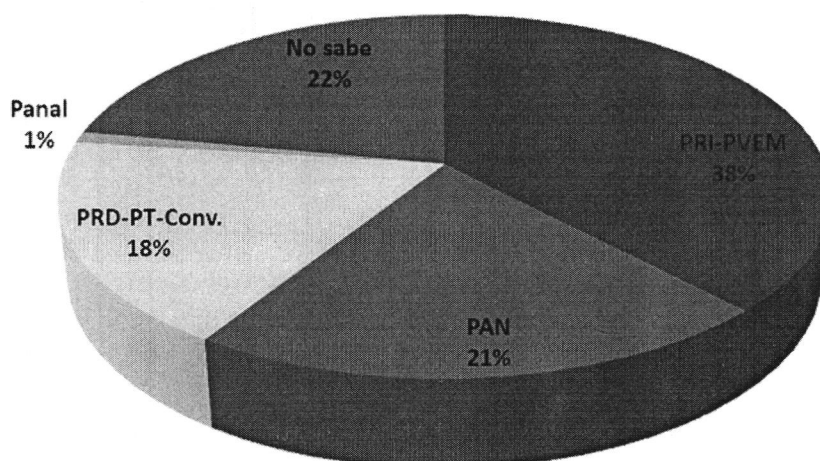
En dicho estudio levantado los días 5 y 6 de julio, se estableció que en el voto de decisión anticipada López Obrador aventajaba con 48 por ciento a Peña Nieto que contó con el 33 por ciento; mientras que en el voto de decisión tardía, el mexiquense obtuvo el 57 por ciento y el tabasqueño el 11 por ciento.

En otra medición, se señaló que el 72 por ciento de los votantes decidió por quién votar con mucho tiempo de anticipación, el 14 por ciento un mes antes, el siete por ciento una semana antes y el siete por ciento restante el mismo día de la elección. Por otra parte, se indicó que el voto por miedo fue a favor de Peña Nieto en 57 por ciento, mientras que López Obrador sólo obtuvo el 11 por ciento; a su vez el voto sin miedo fue a favor del candidato de la izquierda en 48 por ciento contra el 33 por ciento del candidato de la coalición Compromiso por México. Sobre el spot del PAN en contra del político tabasqueño, en el estudio realizado vía telefónica se apuntó que el 61 por ciento de las personas dijeron que sí lo vieron. Además, en otra pregunta, se estableció que entre las personas que sí recordaban esta campaña negra de Acción Nacional, el 28 por ciento tenían miedo de que Andrés Manuel llegara a la Presidencia; mientras que entre los que no la recordaban, el 32 por ciento expresó el mismo miedo sobre el tabasqueño. Por lo cual, en el análisis del estudio se concluye que “el miedo actual no depende de la recordación de la campaña porque presumiblemente éste existía ya desde antes, desde el 2006 y la campaña del 2012 sirvió no para inducirlo sino solamente para hacerlo presente”.⁶⁹

⁶⁹ E-Consulta.com referencia obligada.

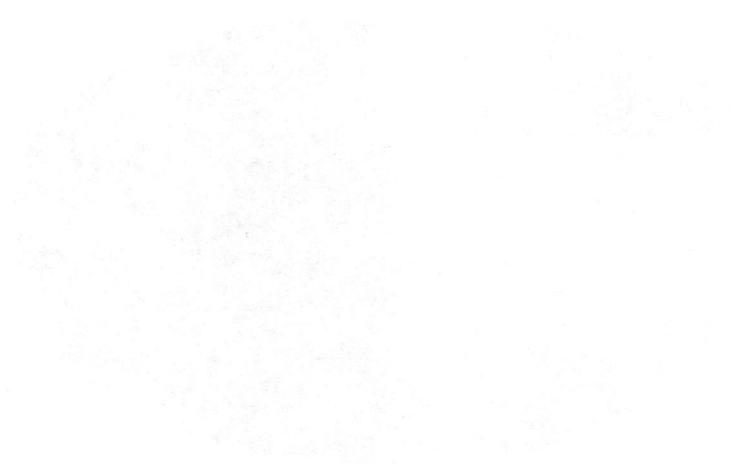


Encuesta Mitosfky



El candidato presidencial mexicano Enrique Peña Nieto, del Partido Revolucionario Institucional (PRI), tiene asegurada su victoria en los comicios del próximo domingo si se confirman las encuestas divulgadas. La firma Consulta Mitosfky, informó que, según su último sondeo, Peña Nieto acumula una intención de voto del 44.5 %, excluyendo los indecisos, quienes prefirieron no dar a conocer su preferencia.

El aspirante del PRI, que puede llevar al poder a su partido después de que lo acaparara desde 1929 hasta el año 2000, es seguido por el candidato de una alianza izquierdista, Andrés Manuel López Obrador, con el 29.4 % de las preferencias. Esos 15.1 puntos porcentuales de distancia dejan pocas dudas sobre la intención de voto. De hecho, los representantes de las casas encuestadoras coincidieron hace un mes que es prácticamente imposible que, según sus datos, alguien pueda superar a Peña Nieto. En la encuesta de Mitosfky, la candidata del gobernante Partido Acción Nacional (PAN), Josefina Vázquez Mota, se queda finalmente con el tercer puesto, con un 24.1 % de intención de voto, seguida, muy de lejos, por el aspirante del Partido Nueva Alianza (Panal), Gabriel Quadri, con el 2 %.



Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

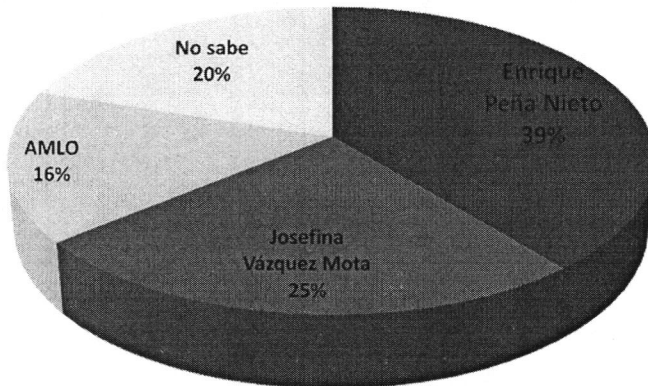
Additional faint, illegible text, likely bleed-through from the reverse side of the page.

Este sondeo fue elaborado con una muestra nacional de mil electores entrevistados personalmente entre el 22 y el 24 de junio y un margen de error del 3.1 %. La distancia que tiene Peña Nieto en todas estas encuestas es muy superior a los resultados de los últimos comicios presidenciales, en el 2006, cuando Felipe Calderón se impuso a López Obrador por 0.56 puntos porcentuales. Mitosfky señaló que el promedio de las últimas encuestas de opinión, además de las mencionadas, indican que Peña Nieto tiene una ventaja de 15.3 puntos porcentuales sobre López Obrador. "En algún momento Peña Nieto pareció desplomarse, mientras crecía López Obrador, sobre todo cuando emergió el movimiento estudiantil #YoSoy132, pero una campaña mediática de "guerra sucia" del PRI y, sobre todo, del PAN contra Andrés Manuel regresaron las cosas a como estaban. Aunque, según Mitosfky, todavía hay un 22% de electores mexicanos que no han declarado su voto, los encuestadores descartan que pueda influir en el resultado, porque, entre otras razones, la mayoría de ellos posiblemente decidirá no acudir a las urnas. Podemos ver que la influencia de la campaña negativa hacia López Obrador es un simple fracaso para las preferencias electorales y más que nada hacia el voto indeciso, a pesar de que marca un porcentaje elevado de los votos indecisos, el 1 de julio estuvo las puertas abiertas a todo: donde los electores todavía no decididos tenían la opción por votar por cada uno de los cuatro candidatos o simplemente no asistir a las urnas como ya lo mencionamos. Por ello las elecciones de México no hay segunda vuelta y es declarado presidente electo el que tenga mayor número de votos, al margen de la diferencia. El presidente de Mitosfky, Roy Campos, informó que aunque el PRI tenía un índice negativo de 46 puntos hace seis años, ahora ese mismo partido tiene un índice negativo de 25 puntos, por debajo incluso del partido gobernante, que tiene 31 puntos⁷⁰.

⁷⁰ Elecciones 2012, 26 de junio: <http://www.vanguardia.com.mx>



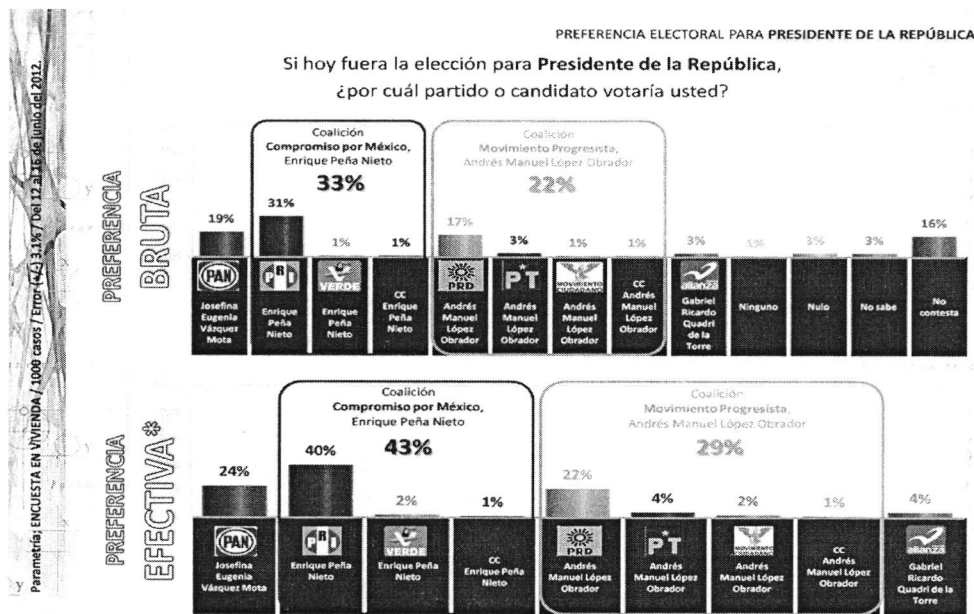
Encuesta Buendía y Laredo.



71

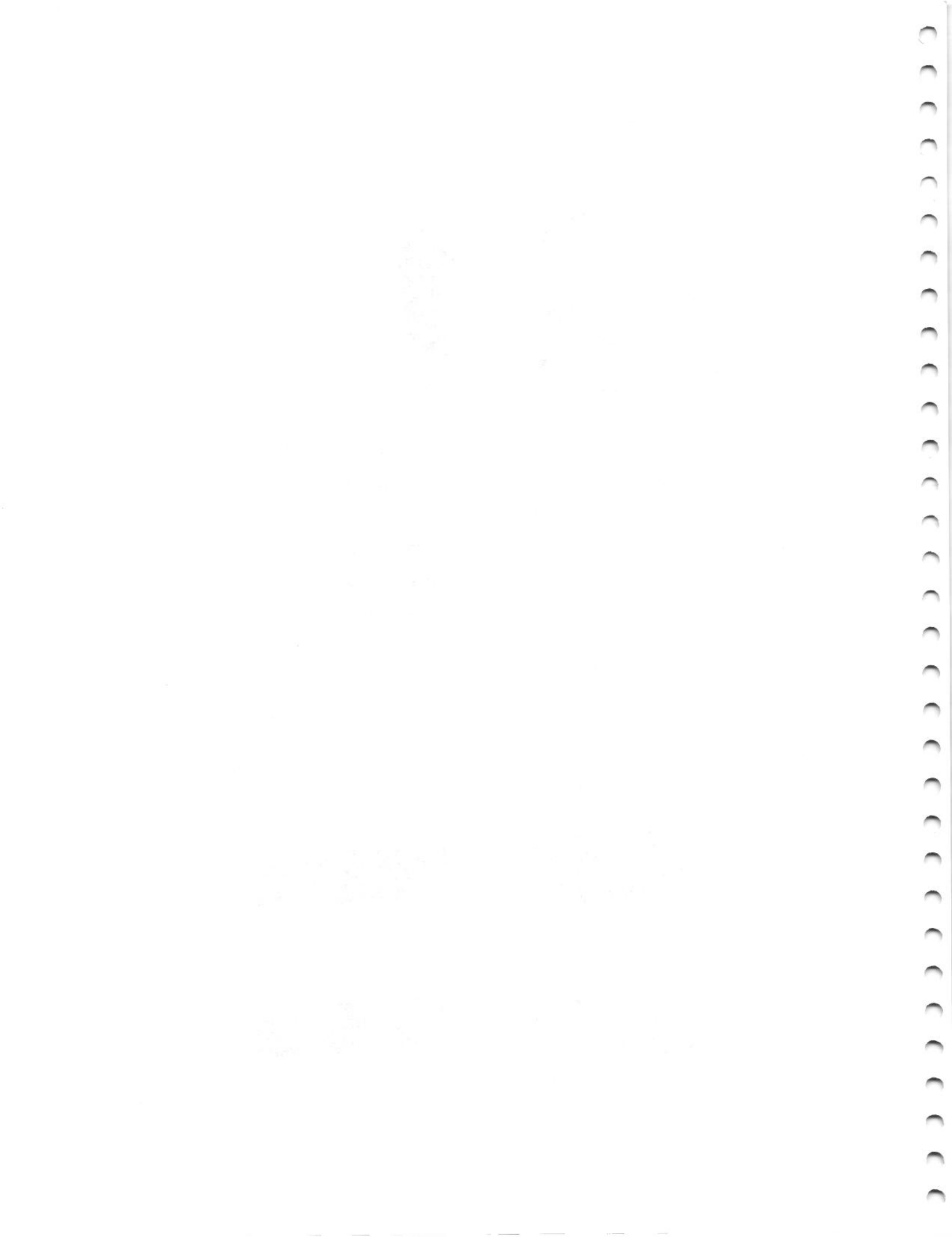
La empresa Buendía & Laredo señala en su encuesta que el 80% de los electores dice estar convencido de por quién votará, mientras el 20% afirma no saberlo o está "dudoso". El 20% de la población que está todavía dudoso de por quién votar, tiene un potencial de cambio, estamos hablando de uno de cada cuatro votantes. En general, (el sector de electores "indecisos") tiene que ver con gente más informada y con gente que está observando la elección de manera más atenta.

Encuesta Parametría.



72

⁷¹ <http://www.eleccion2012mexico.com>



Los comicios para Presidente de la República, la intención de voto se mantiene sin cambios significativos, con Enrique Peña Nieto a la cabeza con 43% de la preferencia efectiva, de acuerdo con los resultados de la más reciente Encuesta Nacional en Vivienda de Parametría-El Sol de México Por tercera semana consecutiva, Peña, candidato de la coalición Compromiso por México, detiene la tendencia a la baja que había mostrado en mediciones previas. En segundo lugar se ubica Andrés Manuel López Obrador con el 29% de la intención de voto. La brecha entre segundo y tercer lugar se reduce a 6 puntos porcentuales, lo que deja en 24% a la candidata del PAN, Josefina Vázquez Mota. Gabriel Quadri, de Nueva Alianza, se mantiene en 4% de la preferencia efectiva. Pero si vemos la relevancia que da la encuestadora a los votantes indecisos y que no contestaron es solo del 19%, porcentaje inferior en contrapartida a las demás casas encuestadoras estudiadas, situación que vemos de forma precisa que los spot en general no han permeado las decisiones de los votantes en duda.

3.8 Conclusiones.

Acostumbrados a cierta rigidez del sistema, donde todo parece estar controlado, la realidad actual de México permite observar algo diferente: la incertidumbre electoral, algo novedosa en la política mexicana. Ello ha obligado a las fuerzas políticas a iniciar sus movimientos de *marketing* y estrategia electoral con una cierta anticipación. Algunos, como el PRI, desde una posición de tranquilidad, con poco desgaste interno, muy cohesionado y con el control de importantes gobiernos estatales, lo que le da una presencia federal de gran peso; otros, a la defensiva, como el PAN, sufriendo el desgaste de años en el poder con dudosas políticas de éxito; y una izquierda siempre dividida, donde es complicado encontrar voces que la representen en su conjunto. En las elecciones celebradas el pasado 1 de julio, con la participación, se eligieron nuevos diputados de la Federación y gobernadores.

⁷² Parametría encuesta vivienda: <http://octavioislas.files.wordpress.com>



La ley, cuyo desarrollo está en manos de los jueces tras ser impugnada por la oposición de izquierda y la derecha, es el resultado de una de las lecturas de las elecciones de julio: allí donde la izquierda agrupada en torno al a la derecha gobernante del PAN se han unido en alianza, o han vencido o han plantado cara ante la impugnación electoral al PRI. El PRI ha encontrado un filón político, mostrándose ante la opinión pública como víctima de un gran complot que solo persigue sacarles del poder cueste lo que cueste, y señalando que con esa estrategia pierde la democracia. Por tal motivo vemos que los spot lanzados así mismo a este candidato no le fue de gran peso para el descenso de las preferencias electorales. Habrá que esperar a ver el impacto real de la política frentista entre los electores. No parece que haya un amplio apoyo al rumbo que el gobierno ha adoptado, lo que abunda en la idea de que un candidato del PAN será juzgado con una visión continuista y negativa. La evolución económica mundial no permite hablar de un cambio favorable a corto plazo, que sea capaz de modificar positivamente la imagen del gobierno.

La idea de país en 2012, coincidiendo con el bicentenario de la independencia y el centenario de la Revolución Mexicana, permitió una visión un poco generosa de la imagen de la acción gubernamental, con una aceptación, cifra que no representa la visión de los votantes del PAN, sino de la institución de gobierno, algo bien distinto. Las instituciones públicas no se salvan del análisis, y se presenta una situación de clara desconfianza hacia las mismas, lo cual no ayuda a pensar en un país más fuerte y más cohesionado para afrontar los retos de futuro. Es aquí donde el PRI enarbola su bandera de Partido Institucional, ya que si algo ha mostrado el PRI históricamente es ser un elemento de solidez institucional. En lo referente al rechazo directo en la población, aquellos que no votarían a un determinado partido como el PRI, un rechazo frente al PAN y ante el PRD. No salen bien parados Convergencia y PT, socios de coalición en la izquierda, con un rechazo para ambos. La preferencia electoral hablo de un 38.15% de respaldo para el PRI, un 25.4% para el PAN y un 31.64% para el PRD.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The text notes that records should be kept for a minimum of seven years and should be accessible to authorized personnel at all times.

2. The second part of the document outlines the specific requirements for record-keeping. It states that all transactions must be recorded in a clear and concise manner, using a standardized format. This includes recording the date, amount, and description of each transaction. The text also requires that records be kept in a secure and protected environment, with access restricted to authorized personnel only.

3. The third part of the document discusses the role of internal controls in ensuring the accuracy and reliability of financial records. It notes that internal controls should be designed to prevent errors and fraud, and to ensure that all transactions are properly recorded and reported. The text emphasizes that internal controls should be regularly reviewed and updated to reflect changes in the business environment.

4. The fourth part of the document discusses the importance of transparency and accountability in financial reporting. It states that financial statements should be prepared and presented in a clear and understandable manner, and that they should be subject to independent audit. The text also notes that management should be held accountable for the accuracy and reliability of the financial information they provide.

5. The fifth part of the document discusses the role of technology in financial record-keeping. It notes that the use of computerized systems can improve the accuracy and efficiency of record-keeping, and can help to reduce the risk of errors and fraud. The text also notes that the use of technology should be implemented in a secure and controlled manner, with appropriate safeguards in place to protect the integrity of the data.

Estos datos muestran un escenario que puede llevarnos a una definitiva victoria que parece que pudieran tener una fuerza renovada y porque sobre ese escenario no se pueden hacer aún afirmaciones creíbles sin conocer la decisión final del Tribunal. Con este panorama que presenta las elecciones y referente al impacto que produjo los spot contra López Obrador y tal y como se muestra en las siguientes tablas podemos decir que: en la economía, gobierno y política en México, hay una profunda crisis de credibilidad política que debería preocupar a los partidos políticos e instituciones mexicanas, con la desconfianza y pesimismo hacia el desarrollo económico como eje de esa falta de credibilidad. Debido a que vemos que en las fechas que fueron lanzados los spot de ataque no causo impacto alguno hacia ningún polo, es decir, hacia las preferencias al candidato del PRD como efecto de victima ante los spot lanzados en contra suya y ni el movimiento de los indecisos por querer votar y dar su sufragio a López Obrador. Por ello vemos que los spot de ataque en Peña contra de Lopez Obrador no ha surtido efecto ninguno, como para dar rumbo distinto a lo que ya daban las encuestadoras, mas sin en cambio otros factores han sido impulso de un supuesto fraude que hasta a la fecha ha causado impugnaciones a la elección emitida el pasado 1 de julio.

Del	al	Encuesta	Muestra	Levantamiento	Error	Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM)	Josefina Vázquez Mota (PAN)	Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC)	Gabriel Quadri de la Torre (Panal)	No respuesta	Ventaja
5/6/12	7/6/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	37.6	18.5	22.3	2.6	19	Peña +15.3
4/6/12	6/6/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	37.8	20.2	22.2	2.5	17.5	Peña +15.4
2/6/12	4/6/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	37.4	20.5	21.4	3.0	17.7	Peña +16.0
1/6/12	3/6/12	Consulta Mitofsky	1000	Vivienda	±3.1%	35.8	20.8	24.0	1.6	17.8	Peña +11.8
1/6/12	3/6/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	37.7	19.7	21.5	2.8	18.3	Peña +16.2
31/5/12	2/6/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	36.6	19.8	21.8	2.3	19.5	Peña +14.8
30/5/12	1/6/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	35.4	20.1	21.9	3.0	19.6	Peña +13.5
29/5/12	31/5/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	33.9	20.8	21.5	2.7	21.3	Peña +12.4
29/5/12	2/6/12	El Sol de México-Parametría	1000	Vivienda	±3.1%	33.0	19.0	24.0	2.0	22.0	Peña +9.0
28/5/12	30/5/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	33.3	20.3	21.2	2.8	22.4	Peña +12.1



Del	al	Encuesta	Muestra	Levantamiento	Error	Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM)	Josefina Vázquez Mota (PAN)	Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC)	Gabriel Quadri de la Torre (Panal)	No respuesta	Ventaja
25/08/12	27/08/12	Milenio-GEA ISA	1144	Vivienda	±3%	39.5	18.9	24.1	1.8	15.7	Peña +15.4
24/8/12	26/8/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	39.8	19.2	23.9	2.2	14.9	Peña +15.9
23/8/12	25/8/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	38.8	21.1	22.9	2.3	14.9	Peña +15.9
22/8/12	24/8/12	Consulta Mitofsky	1000	Vivienda	±3.1%	38.4	20.8	25.4	1.8	13.6	Peña +13.0
22/8/12	24/8/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	38.3	22.1	22.8	2.3	14.5	Peña +15.5
22/8/12	24/8/12	El Universal-Buendía y Laredo	2000	Vivienda	±2.5%	41.2	20.8	23.8	2.0	12.4	Peña +17.4
21/8/12	23/8/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	38.5	21.4	22.9	2.5	14.7	Peña +15.6
21/8/12	24/8/12	SDP Noticias-Covarrubias	1500	Vivienda	±2.53%	38.0	25.0	28.0	3.0	8.0	Peña +10.0
20/8/12	22/8/12	Milenio-GEA ISA	1152	Vivienda	±3%	38.6	20.6	23.3	2.6	14.9	Peña +15.3
19/8/12	21/8/12	Milenio-GEA ISA	1150	Vivienda	±3%	39.8	20.3	23.3	2.4	14.2	Peña +16.5

73

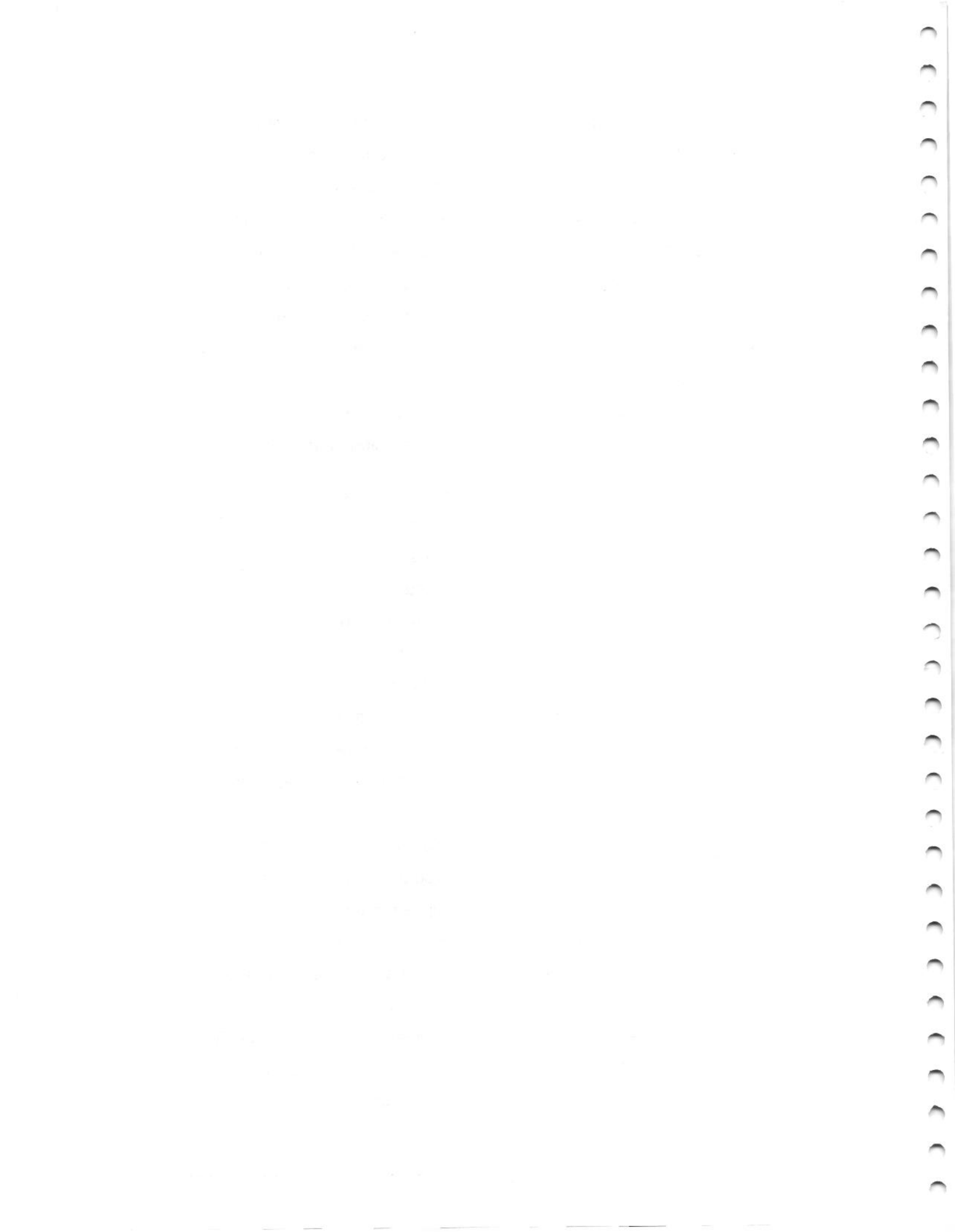
La precampaña electoral, los actos del Bicentenario, unos pactos imposibles y el “ticket” electoral. El candidato favorito en las encuestas, el gobernador del estado de México, Enrique Peña Nieto, está siendo presentado, sobre todo en algunos medios de comunicación (Televisa) como un experimentado gobernante, que se dirige al pueblo de manera directa, dando seguridad y confianza. Ya no es una joven promesa sino el candidato natural y experimentado del PRI para batir a la gran coalición creada en contra suya y del PRI. No parecería con esto que hubiese una posibilidad de competir en unas primarias en su contra para nadie dentro del partido, ni parece razonable que hubiese ocurrido. Sin embargo ahora conociendo los resultados afirmamos que la ventaja fue menos a la que las encuestadoras lo destacaban. El pacto, vendido como la alianza del pragmatismo frente a las ideologías, y que para algunos se presentaba como algo más que un pacto, parece que funcionó en algunos lugares, pero no da la impresión de que haya servido para otorgar fuerza nacional a la unidad de la izquierda. Por eso, no parece que la izquierda renuncie a su candidato.

⁷³<http://www.adnpolitico.com/encuestas>

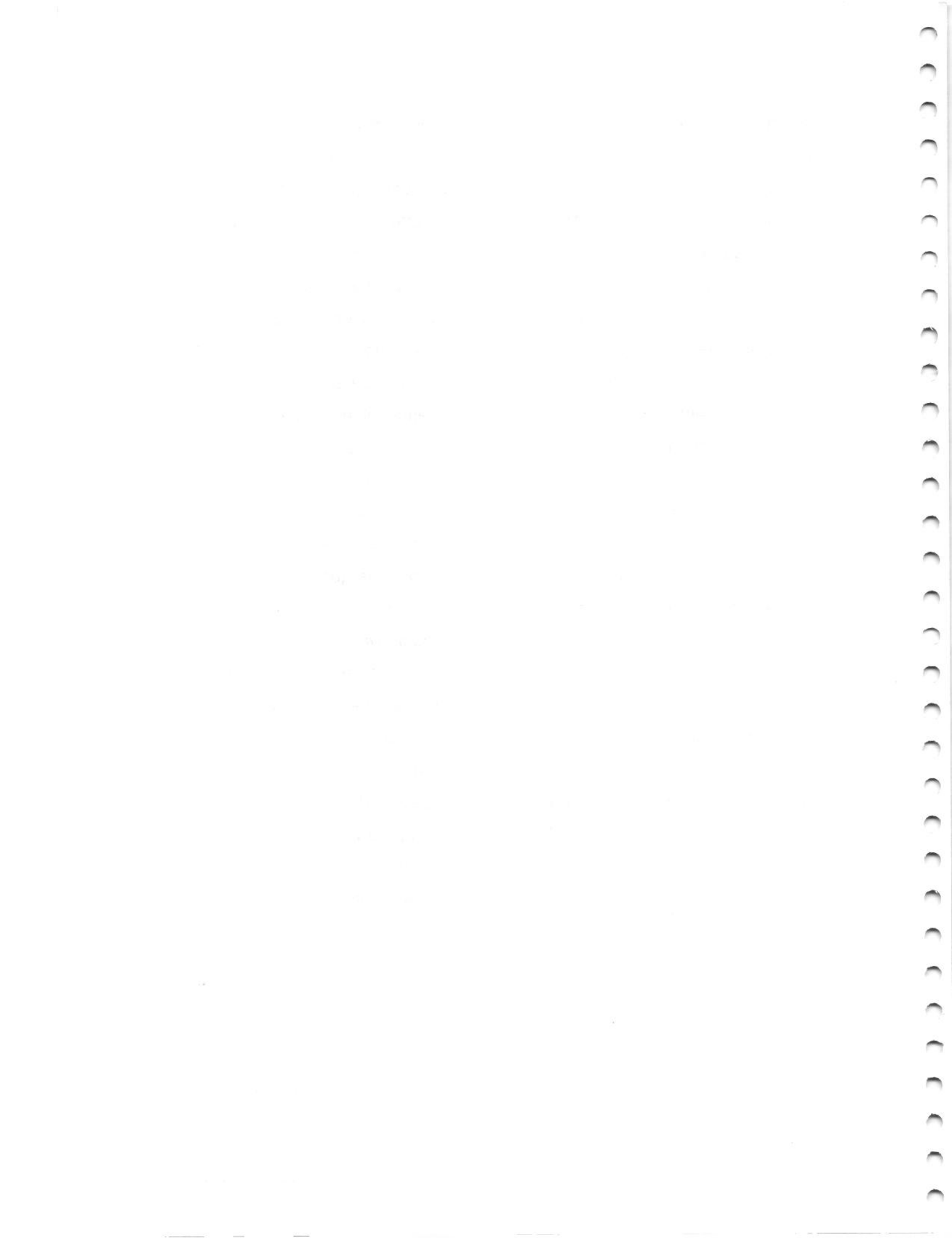


La estrategia de campañas de ataque contra Obrador buscaba limitar una victoria total del PRD. Hay analistas que afirman que esa visión responde más al interés de un PAN y un PRI contra las cuerdas que al de una izquierda que puede ofrecer algo distinto. En relación a la izquierda resulta básica saber cuál fue el papel de Andrés Manuel López Obrador (AMLO). La postura de AMLO en las elecciones de julio fue la de estar lo suficientemente alejado de la política de guerra sucia del PAN y el PRI, de forma de aparecer en los medios de comunicación como el candidato de la izquierda mejor posicionado ante el entramado electoral. En las tablas dimos una visión sobre cuestiones de los votantes indecisos, como el fracaso en la lucha contra AMLO, la apertura de una nueva alternancia en el poder, o sobre los poderes fácticos, y dar una sensación de hombre de Estado.

Desde la presentación de su último libro, *La mafia que se adueñó de México* y el 2012, López Obrador utilizó un tono político de precandidato hasta que finalmente se autoproclamó candidato, un día después de que se presentara como presidenciable en un gran mitin en el Zócalo del DF. Posteriormente, el coordinador del DIA, Manuel Camacho Solís, indicaba dos cuestiones importantes que fijaban la hoja de ruta de la izquierda. Por un lado, con los números en la mano, afirmaba la posibilidad de victoria de la izquierda en 2012. Por el otro, establecía las líneas que el DIA debería seguir en la elección de su estrategia para las elecciones presidenciales: acumular fuerzas, lograr un candidato competitivo, una propuesta de gobierno nueva y vendible, obtener votos en todo el país y no sólo en los bastiones tradicionales de la izquierda y tener una estructura de base amplia y nacional, con la mención expresa de la organización creada en todo el país por el propio López Obrador. Todos los medios de comunicación hicieron eco entre los líderes de los dos principales partidos, convirtiéndose en la clave para conseguir la confianza de los indecisos (o su homólogo, el voto) y pronosticar así el resultado de los comicios. No hay cabida para la negación: el debate bipartidista era una buena táctica, muy bien pensada. A uno de los partidos no le hacía falta convencer a nadie; todos apuestan por él como ganador. Al otro únicamente le restaba la alternativa de afianzarse como la segunda fuerza más votada, garantizándose el apoyo de su electorado habitual.



Y para ello cada uno de éstos decidió emplear la clásica táctica de campaña basada en el lenguaje de los riesgos, dosificándolos para convertirlos en objetos de gestión y, de ese modo, ofrecer las soluciones oportunas para extender la tranquilidad en la sociedad. Pero no caigamos tampoco en el error. Las campañas electorales sirven para movilizar y, en el mejor de los casos, reforzar las predisposiciones de voto preexistentes y sólo en contadas ocasiones contribuye a cambiarlas. Por tanto, previamente a una campaña electoral los votantes tienen prácticamente decidido su voto. Y ello es así ya que el elector vota a aquel que satisface sus expectativas preconcebidas y únicamente es alcanzable esa condición cuando a dicho individuo le convence el mensaje que confirma su manera de pensar, mensaje que suele provenir de un partido concreto con el que comparte valores, formas de pensar y sentir. A raíz del contexto económico que acontece, esas expectativas preconcebidas de los ciudadanos con respecto a sus dirigentes se han vuelto más coincidentes y de esa forma, estamos asistiendo a un hito paradigmático al ampliarse el número de votantes que se consideran votante mediano. Y ahí es justamente donde reside la rotundidad de los sondeos de intención de voto. Al homogeneizarse las expectativas, el escenario se ha visto beneficiado por la carencia de rivales internos y la fidelidad de su electorado, lo que le permite aglutinar con certeza un gran número de votos. Lo que presenta la izquierda, escindido en una amplitud de partidos que fragmenta los votos de sus potenciales electores. Evidentemente se ha optado por una estrategia y no por otra, pero el abanico de alternativas era y sigue siendo más amplio de lo que en ocasiones exige la dinámica política. Por fortuna para unos e infortunio para otros siempre se puede aplicar las experiencias que nos rodean donde el paradigma de “la unión hace la fuerza” parece que ha vuelto a ser tendencia.



4. Conclusiones finales.

Para la propaganda política los spot denominados de ataque representan una temática, por demás, recurrente. Las “campañas negativas”, así denominadas en el argot publicitario, cifran sus estrategias en un objetivo único: denostar, por diversas vías, a los candidatos contrincantes. Traficar exitosamente con el miedo colectivo y fracasar en los objetivos causando, además, “daños colaterales” (los porcentajes de participación ciudadana), no se debió a un “al diablo las instituciones” como en el 2006 o el caso del charolazo en el 2012 tal y como políticos, partidos políticos, presentadores de noticias y pseudo-intelectuales televisivos han afirmado, sino que más bien pudieron haber obedecido a un reclamo por el desconocimiento de “los de arriba” respecto a lo que es “estar abajo”, reclamo dirigido a la clase política además de la clase empresarial, promotora de parte de la campaña adversa al candidato perredista buscando convertir sus intereses particulares en intereses generales para después desecharle lo general.

LO QUE ESTUVO EN JUEGO

Mucha gente se preguntaba qué hizo posible la victoria del PRI en el estado de México el 3 de julio pasado. Se cuestionaban si ese “nocaut” a la oposición representa un anticipo de lo que vino el 1 de julio de 2012, y si las elecciones para gobernador en aquella entidad pueden ser consideradas como un laboratorio para “la grande”. En una de las coyunturas electorales más complejas de que se tenga memoria, existe un conjunto de condiciones que explican este resultado. No obstante, es posible identificar con claridad cuatro factores que de manera muy importante actuaron para modificar la experiencia de los últimos años: 1) El desplome de las preferencias por el partido del gobierno: el PAN, y el duro golpe al proyecto entreguista y continuista que un desesperado Calderón intenta imponer, a pesar del alto costo que, por su testarudez e ineptitud, está pagando el país y aun su propia corriente político-ideológica.

2) El desorbitante gasto realizado para operar un perverso sistema de defraudación, meticulosamente actualizado y depurado para garantizar el “triumfo”

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records for all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for financial transparency and accountability. This section also outlines the various methods used to collect and analyze data, ensuring that the information is reliable and up-to-date.

2. The second part of the document focuses on the implementation of these practices across different departments. It provides a detailed overview of the current state of affairs, highlighting areas where improvements are needed. The text also discusses the challenges faced during the implementation process and offers practical solutions to overcome these obstacles.

3. The third part of the document addresses the future outlook and the long-term goals of the organization. It discusses the potential for growth and innovation, as well as the role of technology in achieving these objectives. The text also mentions the importance of continuous learning and development for all employees to stay competitive in a rapidly changing market.

4. The final part of the document concludes with a summary of the key findings and recommendations. It reiterates the importance of the measures discussed throughout the report and encourages all stakeholders to take action. The text also provides contact information for further inquiries and expresses confidence in the organization's ability to achieve its goals.



de los neo-dinosaurios, en una especie de “ensayo general” para el asalto al poder en 2012 por parte de un nuevo PRI-gobierno, ya indiferenciable del crimen organizado. 3) El desencanto, la apatía, el desconsuelo, el cinismo, el conformismo, la resignación de una franja importante de electores (votantes y abstencionistas), que constituyen estados de ánimo que se confabulan para facilitar el retorno a una utópica “pax” priísta, a una supuesta nueva condición de seguridad y progreso, donde no son pocos quienes se arrojan a los brazos de una versión dantesca del paternalismo que pretende re-editar la época de oro de un presidencialismo mexicano, corrupto y poco eficaz. 4) La desconfianza de la mayor parte del electorado hacia una izquierda que es percibida como fraudulenta, dividida e inconsecuente, con un proyecto que no motiva, por insuficiente.

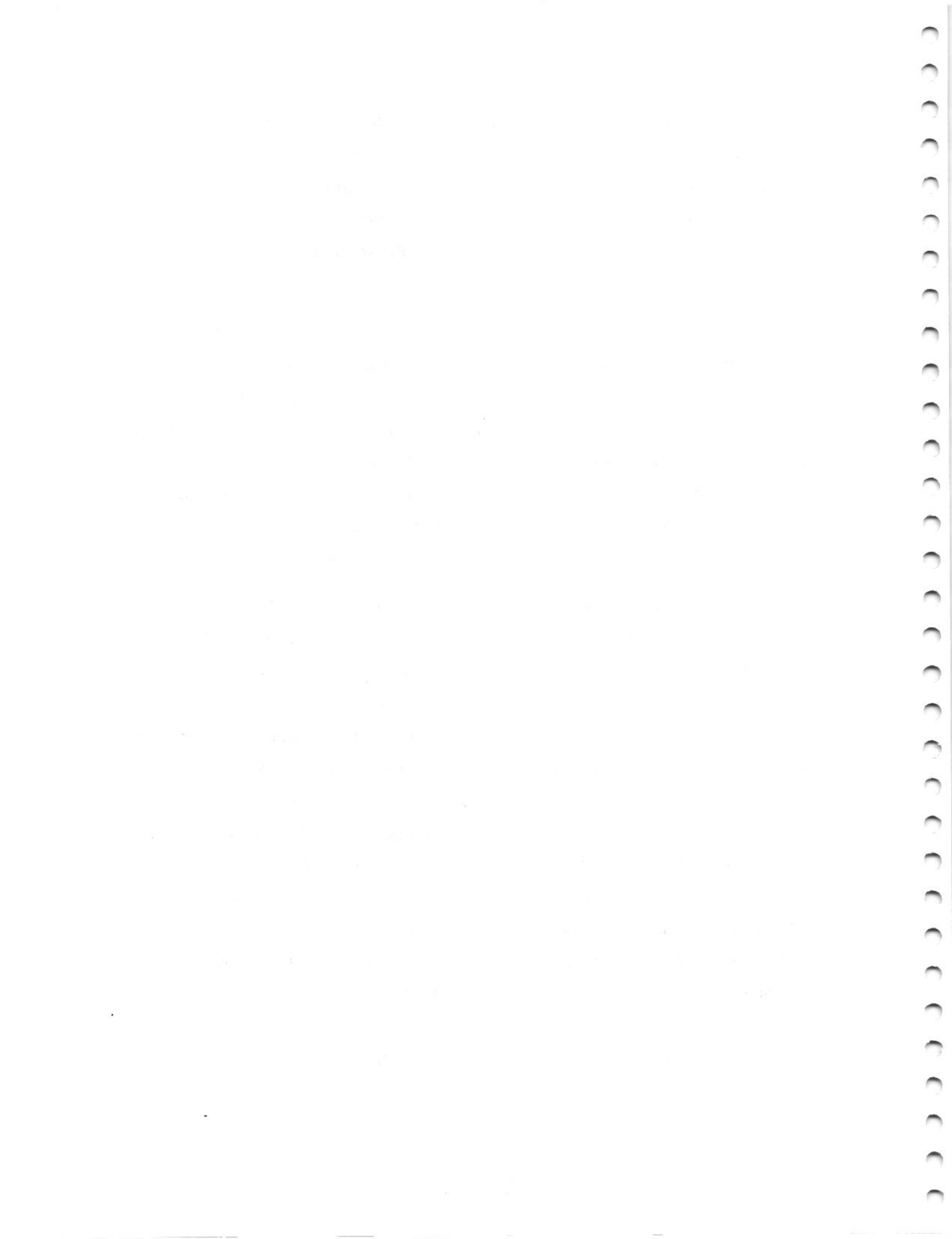
Pero, el telón de fondo de este comportamiento electoral, es la disputa por México. En efecto, el escenario principal se configuró en gran medida a partir de la tensión entre los intentos de restauración del antiguo régimen, comandado por el gran capital mafioso de base nacional, y las pretensiones de ocupación del país por parte del capital extranjero, principalmente norteamericano, utilizando como su principal instrumento y pretexto, la (mal) llamada guerra contra el narco. Todas las trincheras ideológicas coinciden en que el proceso y el resultado electoral de México representan una regresión muy grave en la historia del país, y que el escenario de violencia que priva pone en una situación de vulnerabilidad muy grande al estado y a los propios candidatos. Pero como síntesis a lo que atañe a la investigación podemos decir que la estrategia mercadológica de los sujetos contrarios a López Obrador talvez tuvo éxito en revivir los miedos e incertidumbres que rondan por la sociedad, pero no logró convertir esa recordación en una invariable y efectiva acción, en este caso, el voto en contra del perredista, y lo que en verdad provocó fue el fortalecimiento del pensamiento social ya existente respecto a los candidatos, partidos políticos y plataformas, haciendo más derechistas a los derechistas, más izquierdistas a los de izquierda y más priístas a los priístas.



En toda contienda política la propaganda televisiva mejor conocida como spot, esta profesa a persuadir y provocar una opinión al votante y una conciencia de que ellos son los más aptos para tal puesto. Los spots son comerciales que transmiten un mensaje a la audiencia por medio de radio y el más famoso de ellos la televisión y su duración oscila entre 10 a 60 segundos, como lo vimos en capítulos primeros.

Pero en las elecciones a la presidencia de la república mexicana del presente año, los spots no cumplieron realmente con su propósito original, que era la de dar un mensaje positivo al votante para que ellos evaluaran cual candidato era el más apto para el cargo, pero si hacemos un poco de memoria recordaremos que todos los mexicanos fuimos testigos del mayor comportamiento de partidos políticos que jamás se había visto en la historia de México, en las elecciones para la presidencia del 2006, el campo de batalla principal fue la televisión y la radio, donde las armas fueron los spots o coloquialmente hablando los comerciales.

Los spots lejos de haber sido usado para su propósito originario se utilizaron para desprestigiar a los candidatos en especialmente al candidato del PRD Andrés Manuel López Obrador, pero usted se preguntara y eso que tiene de malo, es donde empiezan a dañar la integridad de la persona en cuestión, uno puede comparar su partido con otro y ver quién es el más fuerte entre ellos e incluso hasta ridiculizar algunas fallas del candidato, pero con cierto respeto a su persona lamentablemente esto no fue así. Una de las estrategias que los adversarios de López Obrador fue la de utilizar la propaganda política es decir los spots, sobre todo en la última etapa del proceso electoral. Fueron varios los spots donde proyectaban a Obrador como un "una persona intolerable" como en el 2006, con esta frase los panistas comenzaron la propaganda que presentaba a López Obrador como un emulo de intolerancia, esto lo proyectaron retorciendo la imagen de Obrador como un dictador y un socialista radical como lo es Chávez y lo hicieron en el 2006, los panistas manejaron a un México armado y en constante conflictos armados como si fuera un golpe de estado y etiquetaron a Obrador como un intolerante.



Bien esto sucedió cuando los panistas retorcieron la frase emitida por López Obrador donde decía "cállate chachalaca" dirigida al entonces presidente Vicente Fox Quesada, así con esta frase los panistas crearon un spot donde decía "estos es intolerancia" y enseguida aparecía el presidente Venezolano Hugo Chávez mientras decía: "presidente Fox no se meta conmigo caballero por que sale espinado" con esto daba paso a otro donde López obrador diciendo " cállate ciudadano presidente" y después remataban con un NO a la intolerancia.

Los panistas distorsionaron esto de tal modo que se vieron afectada la confianza de los votantes ante AMLO y el PRD. Pero si vimos en las interpretaciones de la investigación del último capítulo a pesar de que se llego a un nuevo retroceder a la guerra sucia contra el tabasqueño decimos que, así con este modus operandi de los panistas y los priistas, siguieron viarios spot donde afectaban la dignidad de este candidato a la presidencia de la república mexicana.

Unos de los spots más difundidos y estudiado en este trabajo era cuando López Obrador era jefe de gobierno del distrito federal y lo estereotipado como un hombre que endeudo a la ciudad de México, corrupto y mentiroso etc. así con esto lo marcaron como un candidato cuyas propuestas de apoyo social llevarían al país a una crisis financiera, que terminaría con una inflación donde a los mexicanos perderían su casa y sus trabajos. La difusión de estos spot produjo ante los votantes un sentimiento de miedo e inseguridad y odio ante López Obrador, en el 2006, pero como dijimos ahora en el 2012, los votantes se han vacunado contra esa enfermedad y han sido precavidos para encontrar la cura y ser personas informadas y movilizadas. Así con esto hubo una clara diferencia en las encuestas donde no hubo una preferencia por el partido de acción nacional, dado que el PAN utilizo estos spot del miedo para beneficiarse con esta campaña negra y fraudulenta, caso que proyectaron su rotunda derrota posicionándolos en la tercera fuerza de México.

La mayor parte de nuestro conocimiento social y político, así como nuestras creencias sobre el mundo, emanan de las decenas de informaciones que vemos, leemos o escuchamos diariamente.



Por eso podemos decir que a partir de los calificativos que se le adjudicó el PAN a AMLO con base en argumentos falsos o con un sustento endeble, entre ellos, que el perredista recibía ayuda para sus seguimiento de su campaña, que se proponía hacer de México una segunda Venezuela, que era un populista irresponsable, que sufría del “complejo de Mesías”, que era autoritario, etcétera. El uso del término “intolerante” en la campaña negativa del PAN fue bien estudiado, pero en el 2006, pero en el 2012 el impacto que tuvo en el ánimo de la población fue inmediato, así lo confirmaron las encuestas de finales del mes de junio en las cuales AMLO no se vio afectado a decaer. Además en muchas de las discusiones de grupos sociales se empezaron a utilizar como referente para movilizar a México bajo las expresiones que constituían los argumentos centrales de los spots dejando una nueva visión para la lucha de la democracia en el país.

Bien todo esta parafernalia de los spot se debió a los partidos o coaliciones políticas que se disputaron la contienda: el PAN y su candidata Josefina Vázquez Mota; el Partido de la Revolución Democrática (PRD) que junto con otros dos partidos pequeños, encabezada por Andrés Manuel López Obrador (AMLO); y el Partido Revolucionario Institucional (PRI) con su candidato Enrique Peña Nieto y claro el PANAL con Gabriel Quadri. Si bien estos partidos han sido los principales actores políticos en las últimas cuatro elecciones (a excepción del PANAL), es necesario señalar que en esta contienda el PRI y su candidato Enrique Peña Nieto tuvieron el rol protagónico que no habían tenido en elecciones pasadas; incluso el PRI en lugar de ganar adeptos, ya los tenía. Es por ello que se vislumbraba que la contienda se daría entre el PRI y el PRD dada la popularidad que López Obrador había logrado en sus funciones como jefe de gobierno del Distrito Federal y al hecho de que el PRI fuera el partido que entonces detentaba el poder en el Edo de México.

Todo indicaba que Peña Nieto sería el candidato fuerte para ganar la contienda. Por ello, la energía de la presidencia se concentró en un objetivo: impedir su triunfo. Aunque así fue, el último ciclo de campaña fue para cerrarle el paso a AMLO se inició con el proyecto de que, obtuviera la candidatura el PAN.

Faint, illegible text, possibly bleed-through from the reverse side of the page.

Luego se explotaron al máximo los spot que proporcionó para acabar mediáticamente con el candidato de la izquierda y la historia ya la sabemos.

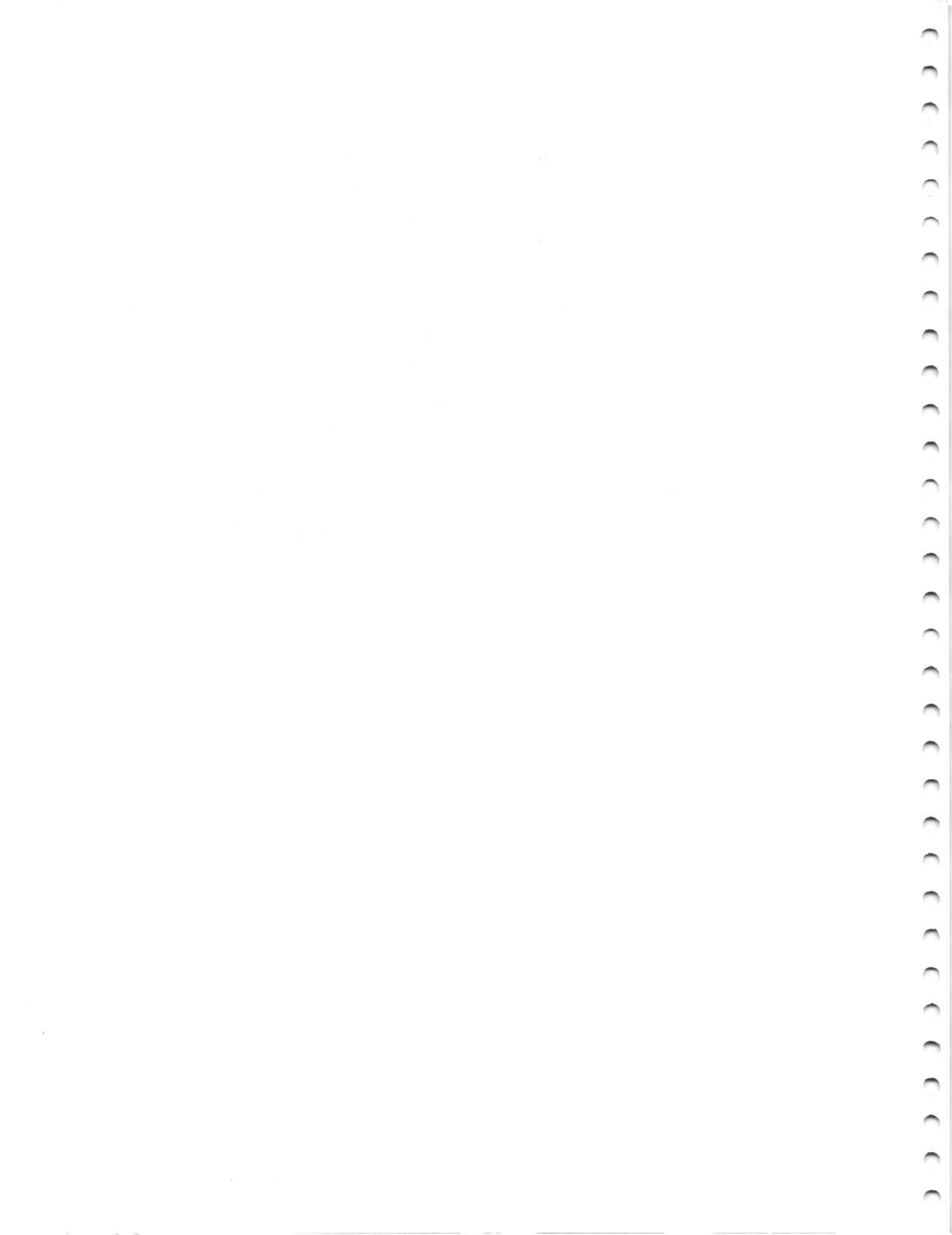
En conclusión la política de México no ha cambiado desde el 2006 la misma triquiñuela por parte del PAN ahora su nuevo objetivo es el candidato Enrique Peña Nieto del partido del PRI al principio y al final lo que nos interesa durante esta investigación su guerra sucia ante López Obrador. Es curioso ver como el PAN utiliza esto para engañar a los mexicanos pero el pueblo mexicano ya no se traga estas mentiras. México tal y como es en la actualidad un México, sumido en la corrupción donde reina la inseguridad pero lo que hace controvertido en pocas palabras los mexicanos no están ciegos ante esta problemática que afecta a sus vidas y no hacemos nada por cambiar nuestro rumbo. Vimos que a pesar de que México es un país con mucha historia parece que a veces olvidamos eso e intentamos llevarnos por una falsa historia que nos lleva al conformismo y a la inútil estrategia de políticas para obtener el poder del país. Creo que es válido argumentar que todo aquel que tiene la oportunidad de utilizar e incidir en el espacio público (desde los actores políticos y los líderes sociales, hasta, muy principalmente, los medios de información), están éticamente obligados a asumir una responsabilidad que es, también, un privilegio—a partir de un código de ética y una instancia ante la cual los ciudadanos podamos acudir para solicitar precisión y claridad de posicionamiento. Exigimos mucho a nuestra clase política en cuanto a su falta de claridad ideológica, su madurez discursiva y su capacidad para llegar a acuerdos o resolver problemas. ¡Qué bueno! Eso es un signo vital de la inteligencia social. Pero creo que es también nuestra obligación exigir de los medios de información un compromiso de carácter ético. Si éstos tienen ya una determinada preferencia, o bien, su contrario, una aversión política, que lo hagan editorialmente explícito.

Querámoslo aceptar o no, este tipo de operaciones revela una vez más, por si hiciera falta, que no hay tal cosa como la neutralidad informativa y que, de hecho, los medios de información también son actores políticos. Esto no tiene en sí nada de escandaloso.



Una radiografía del sentido político que puede adquirir un medio de información. Lo cuestionable es la falta de claridad del propio medio para asumirse como tal; es decir, el juego de hacerse presentar como un espacio profesional e independiente cuando en realidad hay una clara filiación ideológica o una marcada preferencia a favor o en contra de quienes legítimamente participan en el proceso electoral.

No obstante, me parece que el objetivo más claro y que forma parte de una estrategia y no de un hecho circunstancial fue el de ir generando lo que Pierre Bourdieu llama el *illusio* de que esta elección en realidad se reduce a dos contrincantes: el del PRI y la del PAN. Se presenta así la idea que López Obrador está demasiado lejos de ambos como para que sobre todo los electores indecisos que bien pueden definir la elección mal gasten su voto en él. Se trata de una operación en la que lo ideal es crear un ámbito electoral de carácter estrictamente bipartidista: o el PRI o el PAN, a semejanza del modelo norteamericano (demócratas o republicanos) y, en menor medida, del británico (laboristas o conservadores).



BIBLIOGRAFIA

**Chihu Amparán, Aquiles, 2010. "El framing audiovisual del spot político".
Cultura y Representaciones Sociales, Revista electrónica de Ciencias
Sociales, (174-197), Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.**

**Perelman Chaim y Lucie Olbrechts-Tyteca, 1958, Tratado de la
argumentación. La nueva retórica, París: PUF, Tratado de la argumentación.
La nueva Retórica, 1989 (Traducción española Julia Sevilla Muñoz), Madrid:
Gredos**

**Capdevila Gómez Arantxa, El discurso persuasivo: la estructura retorica de
los spots electorales en televisión, aldea global, Barcelona, 2004**

**Klineberg, Otto Psicología social, edición: 1992 pág 584, vols.: 1-
10ª edición**

**Biagi, Shirley (1999), Impacto de los Medios, México: Thompson
Smith Anthony, La política de la información, FCE, México, 1984**

**Ferrer Rodríguez Eulalio, Por el Ancho Mundo de la Propaganda Política,
EUFESA, México, 1992, Págs.**

**Habermas, J. HISTORIA Y Crítica DE LA Opinión Pública. 2a. edición, Col.
GG. Mass Media, Barcelona, 1981**

**Domenach, Jean-Marie, La propaganda Política. Horacio De Lenos, 8a.
edición, Buenos Aires, EUDEBA, 1986**

**Sartori Giovanni (2009), Homo Videns. La Sociedad Teledirigida, México:
Santillana Ediciones Generales**

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

Oscar Sánchez Alonso, El servicio, posventa de la política; lógica publicitaria, mercadotecnia política, Salamanca, Universidad Pontificia

Mora Ledesma, Martin (2007), Breve Manual de Comunicación Política, México: Centro de Profesionalización del Sector Público y Privado A.C.

Ferrer Rodríguez, Eulalio (1995), “De la Lucha de Clases a la lucha de frases (de la Propaganda a la Publicidad)”, México: Taurus

Barranco Sain Fco. Javier. Técnicas de marketing político. México, Red Editorial Iberoamericana, 1994, 202 pp

Izquierdo Navarro F. La publicidad política, Barcelona, Edit. Oikos-tau, S.A, 1975.

Cossio Carlos. La opinión pública. Losada, Buenos Aires.

González Llaca, Edmundo. Teoría y Práctica de la Propaganda. Tratados y manuales Grijalbo, Barcelona Buenos Aires.

Capdevila Gómez Arantxa, El discurso persuasivo: la estructura retorica de los spots electorales en televisión, aldea global, Barcelona, 2004, pp.

Marie Domenach. La propaganda política. Editorial universitaria de buenos aires

Harold Laswell. Propaganda, Comunicación y Opinión Pública. Barcelona 1985

... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..

Breve resumen de posibles definiciones de la opinión pública en el estudio de Raúl Rivadeneira (La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio, México, Trillas, 1976)

Cándido Monzón (Opinión pública, comunicación y política, Madrid, Tecnos, 1996)

Price, Vincent, La opinión pública, Barcelona, Paidós, 1994.

Hourdin, G. en Guajardo, H. 1994. Teoría de la Comunicación Social. México: Ed. Gernika.

Monzón, C. 1996, en su libro Opinión Pública y Comunicación Política. Madrid: Ed. tecnos, p. 218

Jacqueline Peschard, "Comportamiento electoral", en Léxico de la política, Fondo de Cultura Económica, México, D. F. 2000.

La Jornada, (México, D.F.), 7 de julio de 1997, p.60

Sánchez, Marco Aurelio La élite en crisis. México, Plaza y Valdés, 1999

Salazar, C Luis. "El laberinto Ideológico del PRD", Voz y Voto, (México, D. F.), agosto de 1997, núm. 54

Sánchez, Marco Aurelio La élite en crisis. México, Plaza y Valdés, 1999

José Luis Díaz Moll ¿es el PRD de izquierda? Voz y Voto (México, D.F.), julio de 1997, núm. 53

Carr, Barry. La izquierda mexicana a través del siglo XX, edit. Era, México, 1996

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud.

2. The second part of the document outlines the specific requirements for record-keeping, including the need to maintain original documents and to keep copies of all supporting documents. It also discusses the importance of ensuring that records are stored in a secure and accessible manner.

3. The third part of the document discusses the importance of regular audits and reviews of records. It emphasizes that audits are necessary to ensure that records are accurate and complete, and to identify any areas where improvements can be made.

4. The fourth part of the document discusses the importance of training and education for all personnel involved in record-keeping. It emphasizes that all personnel must be trained in the proper procedures for record-keeping and must be kept up-to-date on any changes in the requirements.

5. The fifth part of the document discusses the importance of maintaining records for the appropriate period of time. It emphasizes that records should be retained for as long as necessary to meet legal and regulatory requirements, and that they should be destroyed in a secure and controlled manner when they are no longer needed.

Castillo, Heberto. Heberto y el PRD. México. 1990. Proceso.

Gómez Obregón, Ricardo. Los Primeros Pasos del Partido de la Revolución Democrática. México. 1993. UNAM. Tesis

Prud'home, Jean Francois. El PRD: su vida interna y sus elecciones estratégicas. México. 1996. Centro de Investigación y Docencias económicas.

Sánchez, Marco Aurelio. PRD: La Élite en Crisis. México. 1999. Centro de Estudios de política Comparada.

Manual de aplicaciones para el manejo de imagen (1997, PRD, secretaria de comunicación social y propaganda)

Benoit, W. (1999), *Seeing Spots: A Functional Analysis of Presidential Television Advertisements, 1952-1996*. Nueva York, Praeger. En Los spots de la campaña presidencial de López Obrador de Aquiles Chihu Amparán

Barthes, R. (1986), *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces*. Barcelona, Paidós

Foss, S. (2004), "Framing the Study of Visual Rhetoric: Toward a Transformation of Rethorical Theory" ken Hill, C. y M. Helmers (eds.), *Defining Visual Rhetorics*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Joslyn, R. (1980), "The Content of Political Spot Ads" en *Journalism Quarterly*. Primavera.

Benoit, W. (1999), *Seeing Spots: A Functional Analysis of Presidential Television Advertisements, 1952-1996*. Nueva York, Praeger.

<http://www.costabonino.com/cena.htm>

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. This is essential for ensuring the integrity of the financial data and for providing a clear audit trail.

2. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. These methods include direct observation, interviews, and the use of specialized software tools.

3. The third part of the document describes the results of the data collection and analysis. It shows that there is a significant correlation between the variables being studied, which supports the hypothesis.

4. The fourth part of the document discusses the implications of the findings. It suggests that the results could be used to inform policy decisions and to guide future research in this area.

5. Finally, the document concludes by summarizing the key points and providing a list of references. It also includes a section for the author's contact information and a statement of acknowledgment.

Origel Gutiérrez, María de Jesús (2000), "Los Spots. Factor Esencial del Marketing Político" en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, septiembre-diciembre, año/vol. XLIV, núm. 180, México: UNAM

Sánchez Murillo, Luis F. (2005), "El Marketing Político y sus Consecuencias para la Democracia", en Comunicación y Sociedad, julio-diciembre, núm. 004, México: Universidad de Guadalajara

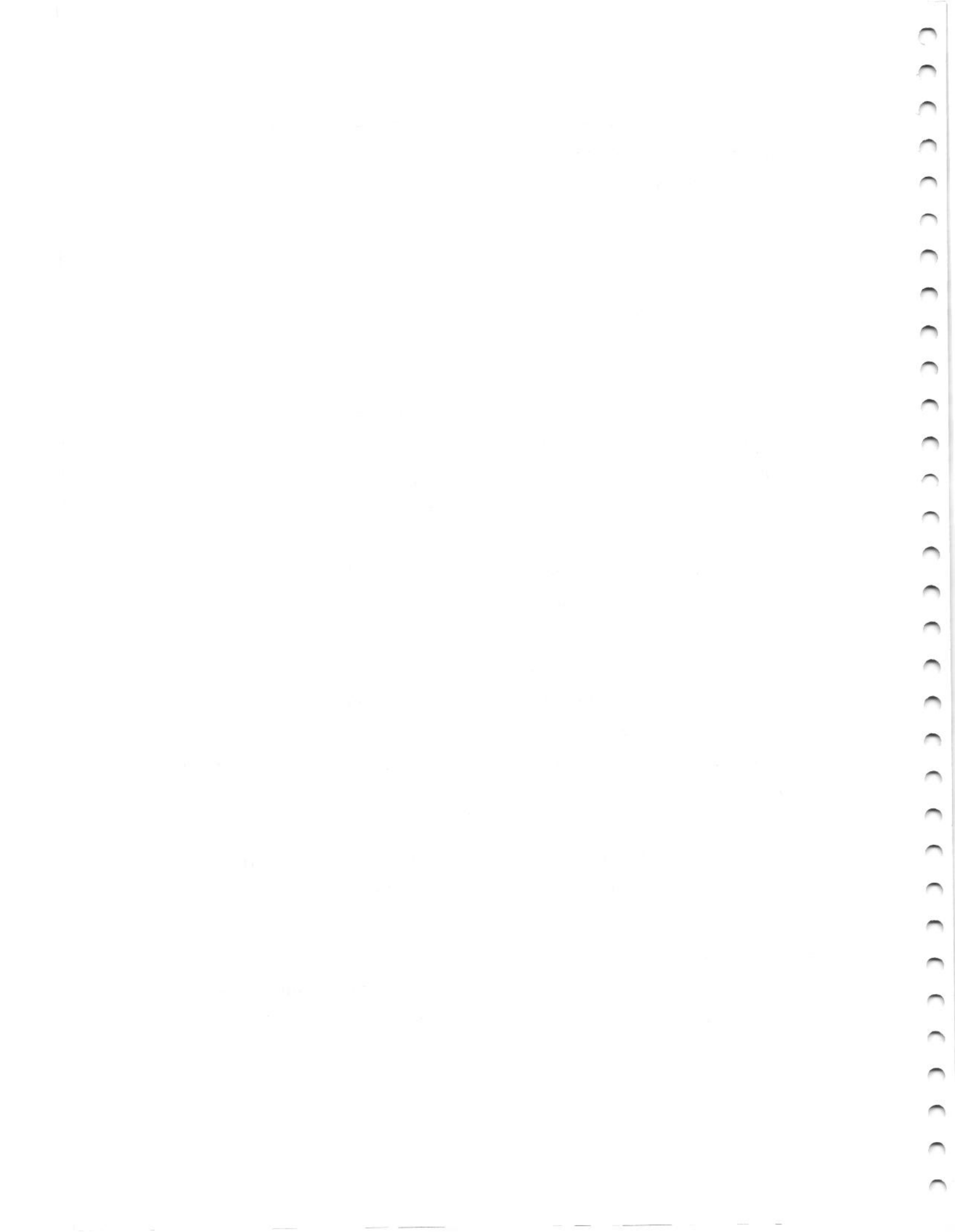
Lozada Santeliz, Mireya (2000), "Discurso Político e Ideología Light. ¿Fin del compromiso?", en Juárez Romero, J. y Arciga, S. (Coords.), La Ciudadanía: Estudios de Psicología Política y Representación Social, México: Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa

Vallès Cazadevall, J. M. y Bosch Guardella, A. (1997), Sistemas Electorales y Gobierno Representativo, España: Ariel

Espino Sánchez, Germán (2006), "El Nuevo Escenario de las Campañas Presidenciales. La Transformación de la Comunicación Política en el Sistema Político Mexicano", México: La Jornada-ediciones/Nuestro tiempo/Universidad Autónoma de Querétaro/Instituto Electoral de Querétaro/Instituto Queretano de la Cultura y las Artes/INAH

En 2004, George W. Bush uso en su campaña el terror al terrorismo y la indignación ante los valores familiares estadounidenses.

García Beaudoux, V. y D'Alamo, O. (2006), Comunicación Política y Campañas Electorales, Análisis de una Herramienta Comunicacional: el Spot televisivo, en Polis, año/vol. 2, núm. 2, México: Universidad autónoma Metropolitana-Iztapalapa



Napolitan, J: Cómo ganar las elecciones, Quito – Ecuador, 1995.

<http://www.hacer.org/pdf/Paz00.pdf>

De l'art de séduire l'électeur indécis (El arte de seducir a los votantes indecisos) de Philippe-Joseph Salazar, 2012

Fuente; Enfoque de Reforma, 15 de enero de 2012

Consulta Mitosfky: www.consulta.mx, Instituto Federal Electoral.

<https://prep2012.ife.org.mx/prep/NACIONAL/PresidenteNacionalVPC.html>.

www.consulta.mx

<http://www.sdpnoticias.com/nacional>

<http://laprimera plana.com.mx/elecciones-2012/pena-nieto-tiene-43-9-depreferencia-efectiva-Parametría-el-sol-de-México/>.

<http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/9152111>

Estadísticas, GEA/ISA, ELECCION 2012, MEXICO

<http://www.sdpnoticias.com/nacional/2012/06/26/encuesta-final-covarrubias-yasociados-2012-epn-10-puntos-arriba-de-amlo>

Elecciones 2012, 26 de junio: <http://www.vanguardia.com.mx>

<http://www.eleccion2012mexico.com>

Parametría encuesta vivienda: <http://octavioislas.files.wordpress.com>

<http://www.adnpolitico.com/encuestas>

