

2014

Medios de comunicación y cultura de la legalidad, hacia la conformación de un diagnóstico en México

Francisco Javier Martínez Garza
Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

Follow this and additional works at: <https://rio.tamiau.edu/gmj>

Recommended Citation

Javier Martínez Garza, Francisco (2014) "Medios de comunicación y cultura de la legalidad, hacia la conformación de un diagnóstico en México," *Global Media Journal México*: Vol. 11 : No. 22 , Article 5. Available at: <https://rio.tamiau.edu/gmj/vol11/iss22/5>

This Article is brought to you for free and open access by Research Information Online. It has been accepted for inclusion in Global Media Journal México by an authorized editor of Research Information Online. For more information, please contact benjamin.rawlins@tamiau.edu, eva.hernandez@tamiau.edu, jhatcher@tamiau.edu, rhinojosa@tamiau.edu.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA DE LA LEGALIDAD, HACIA LA CONFORMACIÓN DE UN DIAGNÓSTICO EN MÉXICO

Francisco Javier Martínez Garzaⁱ
Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

Resumen

Hace tres años fue creado el Observatorio de Medios y Cultura de la Legalidad, con el objetivo de generar indicadores que permitan identificar y evaluar el manejo que hacen los medios impresos y electrónicos al promover en sus mensajes una cultura de la legalidad. Con los datos obtenidos en el OMCL, en el presente trabajo se realiza un diagnóstico de la forma en que la prensa y los noticieros mexicanos abordan los principios de la cultura de la legalidad en su información, a través del análisis de contenido se monitorearon tres noticieros regiomontanos matutinos (Las Noticias, Info7y Telediario), dos periódicos regiomontanos (El Norte y Milenio), y dos noticieros nacionales nocturnos (El noticiero y Hechos de la noche). El estudio contempla únicamente las noticias relacionadas con violencia, corrupción, comisión de delitos e inseguridad. El instrumento de análisis consta de 8 variables principales que operacionalizan los 8 principios de la cultura de la legalidad. El trabajo realizado por el OMCL resulta relevante por el impacto que pueda tener directamente en los medios noticiosos y contribuir al fomento de la cultura de la legalidad y de una sociedad informada sobre sí misma. Los resultados indican que los medios de comunicación deberían realizar algunas modificaciones en su política editorial a fin de ajustar sus contenidos para que realmente puedan contribuir en favor de la cultura de la legalidad.

Palabras claves: cultura de la legalidad, análisis de contenido, medios de comunicación.

Abstract

Three years ago was created the Center of Media and Culture of Lawfulness, in order to generate quantitative indicators to identify and evaluate the way press and tv news promote culture of lawfulness in their information. With data from the OMCL, this work is a diagnosis how the media discusses the culture of lawfulness principles in its news. By a content analysis we monitored three Monterrey local morning newscasts (Las Noticias, Info7, Telediario), two local newspapers (El Norte, Milenio), and two prime time national newscast (El noticiero, Hechos de la noche). From this media we selected corruption, violence, crime and insecurity related news. The analysis tool consists of eight main variables to operationalize the 8 principles of the culture of lawfulness. The works done by the OMCL is relevant for the possible impact directly on the media and contribute to building a culture of lawfulness and informed society. The results indicate that the media should make some changes in its editorial policy in order to adjust its contents so that they can actually contribute towards the culture of lawfulness.

Keywords: culture of lawfulness, content analysis, media, news.

Introducción

En el presente trabajo se buscó identificar en qué medida los periódicos y los telediarios mexicanos promueven o desalientan a través de sus mensajes informativos la Cultura de la Legalidad. Una respuesta al porqué atender un problema de esta naturaleza, es posible localizarla en la situación que agobia a un país que durante muchos años ha sido víctima de la corrupción, la impunidad y más recientemente, que se ha visto agobiado por la violencia y en donde los medios de comunicación tienen la oportunidad de participar más activamente para revertir cada uno de estos aspectos.

La ilegalidad bajo la cual se conducen y finiquitan muchas de las actividades que tienen lugar en la República Mexicana, le han acarreado enormes problemas a su economía, pero también han impactado en su vida política, social, cultural, etc. Como resultado de la implementación de un estilo de vida ajustado a la ilegalidad, en el país se ha incrementado la violencia, perjudicado con ello directamente a cientos de miles de mexicanos quienes con angustia han atestiguado el enorme poder que al paso del tiempo han acumulado los grupos delictivos en el territorio nacional.

Han sido muchas las propuestas que durante este tiempo se han planteado para aminorar los índices de criminalidad. Desde los organismos públicos se ha pugnado por incrementar la educación de valores y ética en las instituciones formales, en la sociedad civil han surgido grupos organizados con planes perfectamente estructurados, etc. Sin embargo, entre todos estos esfuerzos existe un común denominador, el cual tiene que ver con la intervención de los medios de comunicación.

Entre las conclusiones a las que se llegó en la firma del “Acuerdo Nacional por la

seguridad, la justicia y la legalidad”, evento celebrado en la Ciudad de México en 2008, se recomendó involucrar a la sociedad civil y a las principales organizaciones del país para conseguirlo. En el mismo se aludió que, para que el Acuerdo tuviera éxito se requería de la participación responsable de los medios de comunicación. Fue así que se propuso que en el marco de la libertad de expresión, las instituciones mediáticas promovieran entre sus contenidos la legalidad, la cultura de la denuncia, la participación ciudadana, la prevención de adicciones y la transparencia de las acciones de las autoridades (DOF: 2008). Entre las recomendaciones que se hicieron a los medios para que actuaran en concordancia con la propuesta, se destacan los siguientes preceptos:

- * Enfatizar la importancia de la corresponsabilidad entre sociedad y gobierno en el combate al crimen organizado, a fin de concientizar a la ciudadanía que la ausencia de participación sólo fortalece a la delincuencia.

- * Difundir los casos de exitosos de denuncia ciudadana que hayan derivado en aprehensiones y sentencias.

- * Presentar los distintos canales institucionales y números telefónicos de atención de autoridades federales, estatales y locales ante los cuales la población denuncia la comisión de diversos delitos del orden federal y del orden común.

- * Evitar hacer apología del delito y respetando integralmente la dignidad de las víctimas.

- * Abstenerse de difundir información que ponga en riesgo la seguridad de los familiares y personas cercanas a las víctimas y protegiendo la seguridad de los reporteros.

De igual manera, en el Foro, “Ciudadanía y Medios” celebrado en 2009

en Boca del Río, Veracruz, se remarcó la importancia que tienen los medios de comunicación para contrarrestar los problemas de inseguridad que para entonces se habían agravado en el país. En dicho evento se propuso que tanto las autoridades gubernamentales como los medios de comunicación, tomaran el papel que les corresponde, para que la sociedad mexicana pudiera salir a las calles sin temor y vivir sin miedo.

La confianza que se tiene en los medios de comunicación, en cuanto utilizarlos como herramientas capaces de contribuir y participar en contra de los índices delictivos y la ilegalidad, parte de experiencias que han tenido lugar en diversos sitios del mundo. Sobre todo, se remarca la experiencia que se vivió en la ciudad de Palermo, Italia, en donde el diario, *Il Giornale*, se convirtió en un referente en la lucha que se libró en contra de la mafia italiana. El exalcalde de la ciudad y líder del movimiento, Leoluca Orlando, ha señalado que el papel que jugaron los medios de comunicación en favor de la promoción de la legalidad, dejó constancia de que una prensa libre sirve a la ciudadanía (Orlando: 2003).

Para Roy Godson, Para Godson (2000), una cultura de la legalidad significa que la cultura, ethos y pensamiento dominantes en una sociedad simpatizan con la observancia de la ley. Para Godson, la cultura de la legalidad prevalece cuando, “la cultura, ética y el pensamiento dominante de una sociedad es compatible con el estado de derecho” (p. 92). La definición a la que alude el autor enfatiza un nivel de acuerdo entre todos los sectores de la sociedad sobre la importancia de las leyes, por qué lo son, y cuál es la mejor manera de hacerlas cumplir. En ese sentido, una sociedad en donde prevalezca la cultura de la legalidad, “estaría caracterizada como una en donde la

persona promedio cree que las normas legales son una parte fundamental de la justicia o proveen un medio para acceder a la justicia, y que un sistema tal mejora la calidad de vida de los individuos y la sociedad en su conjunto” (p. 93). Y, es justo aquí, en donde los medios pueden participar activamente en favor de la propuesta.

Medios e información de la Legalidad

A partir del 2006, los índices de violencia se multiplicaron exponencialmente en México, registrándose a partir de aquel momento hechos delictivos en todo el país, incluyendo aquellas regiones y ciudades que hasta entonces se mantenían alejadas de esta problemática. Erróneamente se llegó a pensar que algunas ciudades del país nunca formarían parte de las estadísticas delictivas, tal fue el caso de Monterrey, Nuevo León, ciudad a la cual se le consideraba hasta entonces como una de las más seguras y con mejor calidad de vida en el país.

Sin embargo, la dinámica de aquella ciudad de pronto se modificó completamente, y en poco tiempo esta metrópoli, ubicada al noreste de México, se vio afectada por la violencia, impactando con ello a sus poco más de cuatro millones de habitantes (INEGI, 2010). Los homicidios, secuestros, extorsiones y otro tipo de ilícitos pasaron a formar parte de la rutina de los regiomontanos, los cuales pasaron de testigos a víctimas. Mientras los hechos ilícitos no daban tregua, la agenda mediática reflejaba diariamente en sus espacios informativos información detallada de aquellos que consideraban los de mayor impacto.

La estrategia periodística que adoptaron los medios locales, a la vez que comunicaba a su público lo que sucedía, también infundía temor. En consecuencia, los

habitantes de Monterrey, comenzaron a alejarse de las plazas públicas, de los salones de fiesta, restaurantes, etc., afectando con ello a la economía de la ciudad, pero a la vez, dejando espacios que pronto fueron ocupados por los miembros de la delincuencia organizada. En poco tiempo, el turismo, las universidades, los centros de salud, el comercio, etc. todo se desplomó en Monterrey.

Los únicos que se beneficiaron del ambiente que se gestó, fueron los miembros de la delincuencia, ya que aún y cuando en un principio los medios impulsados por el objetivo de maximizar audiencias, descubrieron que los relatos sobre sucesos, crímenes, catástrofes y otras desgracias resultaban eficaces para conseguirlo, aunque fuera al precio de infeccionarla con el síndrome del mundo malo (Rodríguez Borges, 2010).

Sin embargo, cuando las organizaciones criminales se hicieron de un mayor poder, las instituciones mediáticas también comenzaron a padecer y sufrir amenazas, atentados en sus instalaciones, secuestros y asesinatos de sus periodistas. Los medios eligieron su política editorial sin reparar que ésta terminaría lesionando y perjudicando tanto al tejido social, como a ellos mismos.

Los medios de comunicación pudieron aprovechar la fuerte relación que tienen con los ciudadanos, así como la gran capacidad que tienen para filtrar en la agenda de la sociedad cierto tipo de mensajes. De acuerdo con las cifras oficiales, en México, el 93% de los hogares cuenta con al menos una televisión, y el 77% de éstos sintonizan diariamente los telediarios para conocer los acontecimientos que ocurren. Además, casi uno de cada tres mexicanos suele leer la prensa (ENCUP, 2012). Los indicadores señalados reflejan la penetración que tienen los medios de comunicación en el país, de ahí el potencial que podrían poner en

práctica para participar en favor de la Cultura de la Legalidad.

Por otra parte, debe remarcar que la situación tal y como se presenta actualmente en el país, exige un compromiso serio, no sólo del Gobierno como se quisiera pensar, sino de todos los ciudadanos e instituciones que le conforman, entre los que se destaca a los medios de comunicación. Se precisa un verdadero compromiso entre todas las partes, ya que de lo contrario, cualquier estrategia o modelo de acción, por más voluntad y dinero que se le invierta tendrá resultados estériles. J. Rousseau (1812), ya destacaba lo anterior desde el siglo antepasado, cuando aludía al “Pacto Social”, en donde él planteaba la necesidad que tenían las diversas partes de la sociedad para afrontar sus problemas.

Los efectos del contenido

Empíricamente existen evidencias sustentadas en propuestas teóricas en las cuales se alude la capacidad que tienen los medios de comunicación para impactar en la percepción que tienen las personas de la realidad social. Teorías como la del Cultivo, la Agenda Setting y la del Framing, refieren que la información tal y como se expone al público tiene un considerable impacto en la visión que se tiene de la realidad. Uno de los autores referentes de estas posturas, Walter Lippmann (2003), sostenía desde principio del siglo anterior que los medios de comunicación no se limitan a destacar algunos de los temas que existen en la sociedad, sino también a crear esquemas mentales por medio de los cuales las personas interpretan su realidad.

Estudios más recientes, han encontrado que la manera en cómo se presenta la noticia tiene un efecto considerable en cómo el público interpreta la realidad

(McLeod y Detenber, 1999). Lo anterior, ha hecho que los académicos del campo de la comunicación centren su atención en los mensajes informativos, con el propósito de identificar aquellos factores que se hacen evidentes al momento de acceder a la información (Igartua, 2004).

En su afán por identificar el impacto de los medios, los académicos se han preocupado, primero, por conocer el tipo de contenido que se transmite al público, también se han propuesto conocer el énfasis que se hace de cada uno de los temas. En tercer lugar, han tomado en consideración los temas que son excluidos del mensaje, es decir, aquellos de los que no se da cuenta y por último, la manera en la que se elaboran y combinan los primeros elementos.

Algunos autores como McCombs y Ghanem (2001), hacen referencia a la convergencia que existe entre la teoría de la Agenda y el Framing y reparan en los atributos que se le otorgan a los temas u objetos de estudio en los medios de comunicación. Su interés consiste en identificar cómo está siendo presentada, “enmarcada”, la información que se transmite al público, ya que las evidencias registradas desde mediados de los ochenta, detallan el impacto que tienen en el público la forma y el estilo bajo el que se estructuran los mensajes.

Por lo anterior, es de presuponerse que la manera en cómo se conforma el contenido de los medios, podría contribuir a erradicar o maximizar aquellos aspectos que contribuyen al crecimiento de la corrupción y el crimen. Para ello se precisa que los medios orienten su esfuerzo a promover un cambio positivo y proporcionen los espacios para que las personas discutan los obstáculos y frustraciones que surgen en medio de la búsqueda de un cambio a la legalidad. Se requiere que los contenidos sean congruentes con los objetivos que

plantea la propuesta de la Cultura de la Legalidad, de manera que sus mensajes se conviertan en guías de un modelo de conducta, y sobre todo, que en los mensajes se remarque aquellos aspectos que favorecen un estilo de vida orientado a conseguir dicho fin.

La propuesta de trabajo

Considerando el impacto que tienen entre su público los medios de comunicación y las evidencias que refieren el papel tan destacado que han tenido en las sociedades en las cuales se ha tratado de promover la Cultura de la Legalidad. Sin embargo, es evidente también el papel que tiene su contenido para conseguir lo anterior. Por lo tanto, en el presente trabajo se busca conocer, ¿En qué medida los medios de comunicación de la Ciudad de Monterrey y de la Capital del País alientan o desalientan la Cultura de la Legalidad a través de sus contenidos?

Para responder al planteamiento señalado, se tomaron como indicadores los principios básicos de la Cultura de la Legalidad planteados por Roy Godson (2000). En consideración con lo anterior, el estudio se conducirá tomando como eje de acción las siguientes preguntas de investigación:

- a) ¿En qué medida los noticieros de televisión y la prensa escrita se ajustan a la promoción de la “Cultura de la Legalidad?”
- b) ¿Qué aspectos de la política editorial afectan en mayor medida la promoción de la cultura de la legalidad en los medios de comunicación?

Es preciso señalar que, aun y cuando la ciudad de Monterrey es un importante referente del país, los resultados obtenidos no pueden extrapolarse al resto del país, sobre todo, por las marcadas diferencias

que existen entre ésta y el resto de las ciudades de México. En ese sentido, el trabajo se limita a presentar los resultados de un análisis de la información periodística relacionada explícitamente con la corrupción, la violencia, el narcotráfico, que se difundió a través de los medios de comunicación de la Ciudad de Monterrey, Nuevo León y en los dos noticieros nacionales de mayor penetración de la televisión nacional.

El proceso de trabajo

Para conocer en qué medida los medios de comunicación de la Ciudad de Monterrey y de la Capital del País promueven o desalientan la propuesta de Cultura de la Legalidad en sus contenidos, se recurrió a la técnica de análisis de

contenido cuantitativo, tomándose como unidad de análisis todas las noticias que explícitamente trataban sobre conductas delictivas relacionadas con la inseguridad, narcotráfico, corrupción, abuso de poder.

La muestra del contenido para realizar del estudio se construyó tomando en consideración la información que se obtuvo de siete medios de comunicación: dos nacionales y cinco regionales. En el primero de los casos, se decidió incluir los medios nacionales por considerarlo esencial, principalmente por la penetración que tienen no sólo en Nuevo León, sino incluso también a nivel nacional. Tomando en consideración principalmente el índice de audiencia con el que cuentan cada uno de ellos, se incluyó a los dos noticieros nocturnos de las cadenas Televisa y TV Azteca.

Cuadro 1

Medios de comunicación incluidos en el estudio

Nombre del medio	Grupo Informativo	Horario	Cobertura
a) Tele Diario Monterrey	Grupo Milenio	Matutino	Regional
b) Las Noticias Monterrey	Televisa Monterrey	Matutino	Regional
c) Info 7	TV Azteca Noreste	Matutino	Regional
d) El Norte	Grupo Reforma	Matutino	Regional
e) Milenio Diario	Grupo Milenio	Matutino	Regional
f) El Noticiero	Televisa	Nocturno	Nacional
g) Hechos de la Noche	TV Azteca	Nocturno	Nacional

Por su parte, la muestra regional de los diarios elegidos en el trabajo se conformó con base en el mismo criterio anterior, esto es, tomando en consideración los periódicos matutinos de mayor penetración en el área metropolitana de la Ciudad de Monterrey y, los tres noticieros matutinos de la televisión privada de la misma localidad (Cuadro 1).

El tamaño de la muestra correspondió a una semana natural elegida a través de un muestreo de juicio (no aleatorio), tomando como referente la frecuencia trimestral.

Bajo ese criterio, se construyeron cuatro semanas del año 2012 y cuatro del 2013, eligiéndose para trabajar la segunda semana de los meses de: febrero, segunda mayo, segunda de agosto y noviembre. El criterio que se siguió en aquellos casos en donde existiera alguna pérdida de información, consistió en elegir el día o los días que faltaran retomándolos de la tercera semana original.

La información se analizó, operacionalizando los indicadores

propuestos en los ocho principios básicos de la Cultura de la Legalidad a los que alude Roy Godson (2000). Bajo ese criterio,

se evaluaron los siguientes aspectos en cada una de las noticias analizadas en los medios que se incluyeron en la muestra:

Cuadro 2

Principios derivados del concepto de cultura de la legalidad y contenidos que podrían reforzarlos en noticias sobre crimen organizado, violencia y corrupción.

Principio	Contenido que se buscó en la noticia
La mayoría de los integrantes de la sociedad conocen los fundamentos de la mayoría de las principales normas y leyes	La noticia hace referencia explícita a las normas o leyes que fueron violadas en el acto criminal, o que deben ser aplicadas para sancionarlo
La mayoría de los integrantes de la sociedad están convencidos de la necesidad de respetar las normas y leyes, y de actuar con base en ellas	La noticia incluye referencias a la necesidad o conveniencia de respetar la ley como una forma de evitar el aumento de la violencia y criminalidad, o critica la falta de respeto por la ley
Una mayoría de los integrantes de la sociedad considera el diálogo y la discusión como el método preferible para la resolución de conflictos y cree en la necesidad de que los actores políticos y de la sociedad civil actúen juntos en la búsqueda de soluciones concertadas a los problemas de criminalidad	La noticia incluye referencias a la necesidad de que los diferentes actores políticos y/o sociales trabajen juntos en la lucha contra el crimen, o critica la falta de esfuerzos en conjunto
Una mayoría de los miembros de la sociedad cree en la necesidad de tener y aplicar las sanciones prescritas por la ley ante cualquier violación de ésta	La noticia incluye referencias a la necesidad de aplicar sanciones o combatir la impunidad, o critica la falta o la calidad de las sanciones cuando la ley es transgredida
La mayoría de los integrantes de la sociedad cree en el derecho de los detenidos o sospechosos al principio de presunción de inocencia y a su derecho a un juicio justo	La noticia evita referirse a los detenidos o sospechosos como criminales, o sugerir su culpabilidad y/o incluye referencias a su derecho a un juicio justo
La mayoría de los miembros de la sociedad cree en la necesidad de apoyo financiero, material o psicológicamente a las víctimas de un acto criminal	La noticia incluye referencias a apoyo financiero, material o psicológico brindado a víctimas de un acto criminal, menciona la necesidad de ayudarlos o critica la falta o insuficiencia del apoyo por parte de las autoridades
Una mayoría de los integrantes de la sociedad claramente condena la delincuencia y la corrupción	La noticia denuncia o condena la delincuencia o la corrupción, menciona la necesidad de combatir o disminuir estos fenómenos y evita ensalzar a criminales o personajes corruptos como inteligentes, valientes, atrevidos, y calificativos similares
Una mayoría de los miembros de la sociedad cree que cuando las leyes existentes ya no son útiles o	La noticia hace referencia a la necesidad de cambiar o modificar leyes para responder

adecuadas para combatir a la delincuencia, la respuesta es desarrollar y adoptar nuevas leyes o modificar o cambiar las que ya existen

más efectivamente a las amenazas y condiciones impuestas por los delincuentes, o critica la falta de voluntad por parte de las autoridades para hacer los cambios necesarios

En lo que corresponde a los periódicos, la extracción de la información se realizó siempre tomando como referencia los ejemplares físicos (papel). Lo anterior obedece a que al menos en los diarios regiomontanos, la edición digital y la de papel difieren sustancialmente y sobre todo, muchas de los lectores no cuentan con sistema de internet, mucho menos con acceso libre a las publicaciones seleccionadas, ya que en ambos casos se requiere de pago para ingresar a la edición impresa tal y como aparece en el periódico *on line*. En ese sentido, tienen acceso a una información limitada. En lo que corresponde a los noticieros de televisión, el procedimiento se iniciaba con la grabación en formato DVD, posteriormente la información que correspondía con los criterios establecidos se codificaba y capturaba en Excel, para luego ser analizada con el programa estadístico del SPSS.

Hallazgos

Tomando en consideración que el propósito básico de la investigación

consistía en identificar en qué medida los medios de comunicación de la ciudad de Monterrey y los principales noticieros nacionales de televisión promueven o desalientan en sus contenidos informativos la Cultura de la Legalidad, se realizó un análisis el cual finalmente contempló a un total de 1482 notas periodísticas, de las cuales el 51% se dieron a conocer en la prensa regiomontana y el 49% se transmitieron en los noticieros de la televisión local y nacional.

El estudio se enfocó solamente en el contenido informativo relacionado con hechos de violencia, corrupción y narcotráfico, así como y las consecuencias o acciones que se pusieron o han puesto en práctica para combatirlos. Cada uno de los principios básicos relacionados con la propuesta de la Cultura de la Legalidad, presentaba cuatro posibles opciones de respuesta, de manera que los codificadores, una vez que revisaron la nota la clasificaron con base en los siguientes criterios: 1) No cumple; 2) Cumple de manera insuficiente; 3) Cumple de manera suficiente y 4) No aplica.

Tabla 1

En qué medida se cumplen de manera suficiente cada uno de los principios de la Cultura de la Legalidad en los medios de comunicación

Indicador a evaluar	Prensa	Televisión	% Total	
			%	n=
Hace referencia explícita a las normas o reglas que se violaron	32.9%	20.5%	27.0%	1280
Enfatiza necesidad y conveniencia de respetar las leyes para solucionar problemas	29.4%	13.4%	21.5%	1032

Necesidad de consensos, acuerdos o visión de Estado entre distintos actores políticos y/o ciudadanos	31.4%	22.8%	27.3%	828
Destaca necesidad de aplicar sanciones para combatir la impunidad	28.8%	16.1%	22.7%	1173
Presunción de inocencia y derecho de los acusados	20.9%	8.9%	14.8%	796
Destaca apoyo legal, material, psicológico y/o de seguridad de víctimas de agresiones penadas por la ley	17.3%	12.7%	15.0%	865
Denuncia y/o condena la delincuencia y la corrupción	32.0%	18.2%	25.2%	1265
Cambiar leyes o normas que impiden las Transformaciones	26.7%	10.8%	19.7%	629

- * La tabla presenta únicamente, los porcentajes de las notas que se evaluaron en la categoría, “Cumple suficiente”.
- * La cantidad de notas difiere, ya que muchas veces el principio a evaluar no aplicaba.

La primera impresión que se desprende del resultado, deja de manifiesto que los medios de comunicación mantienen un estilo periodístico distante de la propuesta de la Cultura de la Legalidad. Lo anterior se desprende dado que la mayoría de las notas evaluadas se calificaron bajo la opción de “No cumple”. Además, otro indicador que soporta la afirmación anterior, se hace evidente al apreciar que ninguno de los ocho principios básicos vinculados con la Cultura de la Legalidad obtuvo una evaluación de “Cumple Suficiente”, en al menos un tercio de la información o mensajes evaluados (Tabla 1). Los resultados obtenidos se detallan a continuación, tomando en consideración cada uno de los principios que se relacionan con la propuesta señalada:

A) Participar de las leyes y normas

El primer aspecto a considerar en toda sociedad que pretenda participar de la Cultura de la Legalidad se relaciona directamente con el conocimiento que los ciudadanos tengan de sus derechos y obligaciones contenidas en el sistema legal. En este punto, la participación de los medios es esencial, ya que las cualidades que les distinguen permiten que en la medida de lo posible y conduciéndose en el

marco de la libertad de expresión, podrían contribuir mucho a consolidar el conocimiento que los ciudadanos tienen de las leyes y reglamentos que le rigen.

El presupuesto que existe en torno a este aspecto, es que si los ciudadanos saben lo que es y no es correcto, tendrán mayor capacidad de elección al momento de proceder bajo una determinada circunstancia. Se considera también que conocer las leyes bajo las que debe conducirse permitirá a las personas organizarse y participar más activamente de la vida política en favor de sus derechos, ya que no sólo podrán actuar conforme a derecho, sino incluso, participar también de la denuncia de actos que vayan en contra de las actividades ilícitas.

En lo que corresponde a los medios mexicanos, el resultado del análisis indica que éstos suelen difundir de forma muy limitada este tipo de información, ya que menos de una cuarta parte de las 1280 notas (27%) hicieron referencia explícita y suficiente a las leyes que se violaron.

La manera en la que se conduce la prensa escrita y los noticieros de televisión en cuanto presentar este tipo de contenido es similar. Aun así, la prensa escrita participa un poco más a sus lectores de este tipo de contenido, ya que mientras poco

menos de un tercio de los mensajes difundidos en los noticieros de televisión (31.5%) no consideró ninguna referencia explícita a las leyes o normas que se violaron, esta misma proporción en la prensa fue menor (20.8%).

La mayoría de los mensajes de una u otra forma presentaron alguna referencia a las normas legales que se incumplieron, sin embargo, lo hicieron de manera “Insuficiente”, y lo que es más, se hace evidente, en este tipo de mensajes el empleo de un lenguaje ajeno a la Cultura de la Legalidad para presentar este tipo de información.

B) Respeto y observancia de normas y leyes

La promoción que se hace de la importancia que representa respetar las leyes para conseguir el bien común, es otra de las variables en la que los medios pudieran incidir notablemente de acuerdo a las evidencias académicas. El presupuesto es que si los medios se lo proponen, podrían contribuir para que los ciudadanos se identificaran en favor de ésta.

Sin embargo, el análisis indica que los medios de comunicación contribuyen poco para participar a su público de este aspecto. Casi la mitad de los mensajes que se incluyeron en la muestra (44%), ignoró por completo de participar a su público de este principio básico. En uno de cada tres mensajes se promocionó esta acción de “Manera Insuficiente” y, sólo en uno de cada cinco (21%), se cumplió de “Manera suficiente”, con este aspecto.

Aun y cuando ambos medios participaron poco de la importancia que representa para la sociedad el respeto y la observancia de las leyes, los noticieros de televisión fueron los que menos cumplen con este indicador, ya que casi la mitad de las notas no lo hacían (52.3%), esto es, en

comparación con la participación que tuvo la prensa escrita (36%).

C) Promoción de acuerdos y consensos

Un tercer aspecto ligado a la Cultura de la Legalidad y en el cual los medios de comunicación pueden participar activamente en su favor, es remarcando en sus mensajes todos aquellos eventos, acuerdos, programas, etc., bien sea públicos o privados, orientados a propiciar un clima adecuado para generar consensos.

El desempeño que tuvieron los medios incluidos en el estudio se evaluó tomando en consideración si en el mensaje se hacían o no referencia o invitaban al público a generar consensos, acuerdos o a promover la visión de estado entre distintos actores políticos y los ciudadanos. El resultado indica que los medios de comunicación hicieron pocas referencias relacionadas con este objetivo, de manera que en la mayor parte de los mensajes (42.1%) no incluyeron comentarios relacionados con este aspecto, sin embargo, poco menos de una tercera parte sí, “cumplió de manera suficiente”.

La poca referencia que existe en relación al establecimiento de acuerdos o la búsqueda de consensos orientados a participar en favor de la sociedad, se hace evidente tanto en la prensa escrita, como en los noticieros de televisión. De acuerdo con los resultados, las instituciones de medios, principalmente los telediarios, no han reparado en la importancia que tiene la inclusión de mensajes de este tipo para que los ciudadanos se identifiquen más con la propuesta.

Solamente en una de cada cinco (22.8%) noticias de la televisión se aludió a la celebración de acuerdos y consensos. Aun y cuando la prensa escrita, destaca más este tipo de contenidos, ya que en promedio en una de cada 3 notas (31.4%) lo hizo así,

todavía tiene un margen amplio para promover las propuestas y consensos que se susciten en la sociedad.

D) Sanciones y combate a la impunidad

Para estar en congruencia con la Cultura de la Legalidad, los medios de comunicación además de hacer referencia a los delitos que se cometen y a destacar las normas que se infringen, también pugnen por exigir sanciones adecuadas a los delitos, sobre todo, criticar y combatir la impunidad. El propósito que se persigue mediante esta acción, es que la ciudadanía tenga la certeza de que los ilícitos deben ser castigados conforme a las disposiciones marcadas por la ley. Mediante esta acción se busca además de enviar un mensaje en contra de la impunidad, incentivar a las personas para que participen más activamente en la denuncia.

Siendo la impunidad uno de los problemas que más repercute en la falta de confianza que los mexicanos tienen en las instituciones gubernamentales, los medios podrían participar, no sólo denunciando, sino también criticando la impunidad y exigiendo sanciones para quién o quiénes participen de las actividades ilícitas. En ese sentido, es importante que este tipo de instituciones hagan seguimiento de los acontecimientos delictivos y procedan a denunciar aquellos que son relegados e ignorados por las autoridades.

El análisis centrado en este principio de la Cultura de la Legalidad muestra dos aspectos en el caso de los medios nacionales. Por una parte, es evidente que en los medios el combate a la impunidad y el establecimiento de sanciones para quién o quiénes cometan acciones ilegales no es prioritario, al menos eso se puede deducir al reparar que, casi la mitad de la información examinada (42.8%), ni destacó, ni criticó la impunidad de ningún tipo, mucho menos

exigió sanciones para los delincuentes. La denuncia de la ilegalidad y las críticas en contra de la impunidad se presenta en mayor medida en los noticieros de televisión (35.5%). Aun así, la presentación que se realizó sobre este aspecto ocurrió en la mayoría de los casos de “Manera Insuficiente”.

E) Presunción de inocencia y derecho a juicio

Uno de los aspectos que más se han cuestionado a la política editorial, tanto en la prensa escrita como en los informativos de televisión, tiene que ver con el juicio mediático del cual suelen ser víctimas los acusados, ya que es una práctica común presentarlos a la opinión pública sin reparar en las consecuencias que esta acción puede acarrear. Incluso, no obstante que se recurre a “ciertas estrategias” para aminorar los efectos negativos que pudiera causarles, como suele ocurrir cuando se les presenta como “presuntos culpables”, lo cierto es que ni procediendo de esa manera se libra al detenido del daño moral, psicológico y social que le ocasionan.

Sobre este aspecto se enfoca el quinto principio básico vinculado a la Cultura de la Legalidad, el cual hace referencia al respeto y a la justa aplicación de las leyes para todas las personas, independientemente de que existan suficientes evidencias sobre los detenidos, ya que de no hacerlo así, se lesiona el respeto a las garantías del implicado. De acuerdo con la postura de la Cultura de la Legalidad, para obrar correctamente, los medios de comunicación deben evitar calificar de culpable a cualquier persona hasta en tanto las autoridades judiciales hayan celebrado un juicio justo en donde ello quede demostrado.

La presunción de inocencia y el respeto a los acusados fue la variable menos

considerada por parte de los medios de comunicación. De acuerdo con el análisis, la mitad de los mensajes incluidos en el estudio (52.8%), en donde se aludió al detenido, no aludió en ningún momento la necesidad de respetar el derecho de los detenidos. Aun así, es importante destacar que al menos en los medios analizados, rara vez justifican o promueven el maltrato institucional en contra de los detenidos o de los delincuentes (13.9%), situación esta última, que está muy en congruencia con los principios de la Cultura de la Legalidad.

F) Atención a las víctimas del delito

Desde la perspectiva de la Cultura de la Legalidad, las víctimas merecen atención y respeto, sobre todo, recibir el apoyo de la comunidad, incluyendo aquel que proviene de los medios de comunicación. Sin embargo, en el caso de éstos es práctica común presentar a quienes han caído bajo este tipo de desgracia en situaciones deplorables, bajo un encuadre dramático, o en el mejor de los casos, ignorándolos por completo. Bajo este tipo de esquema, los medios podrían presentar las situaciones bajo las que tienen que atravesar las personas que han sido víctimas de la ilegalidad o de la delincuencia y tratarles con mayor consideración y promover desde esa plataforma el apoyo legal, material, psicológico y de seguridad para ellos.

La atención que existe para las víctimas del delito en los medios de comunicación mexicanos, es junto con el respeto al denunciado los dos aspectos que más se alejan de las propuestas de la Cultura de la Legalidad. En lo que corresponde al apoyo a las víctimas, en la mayoría de los mensajes (62%), no presentó ninguna referencia en donde se aludiera a este principio. Solamente en el 15% de las noticias incluidas en el análisis se presentaron alusiones en las cuales se

cumpliera “Satisfactoriamente” con este principio.

La atención tan limitada que prestan los medios de comunicación a las víctimas de la delincuencia, podría afectar la promoción de la propuesta relacionada con la Cultura de la Legalidad, ya que bajo el esquema en el cual se conducen estas instituciones, los afectados podrían sentirse solos en su lucha en contra de la ilegalidad y la delincuencia. De cualquier manera, más allá de la poca atención que se presta a las víctimas en México, los medios se conducen adecuadamente ya que tampoco suelen resaltar a los delincuentes, mucho menos les convierten en héroes o les legitiman, ya que este tipo de mensajes sólo se presentó muy ocasionalmente (4.1%).

G) Denunciar la delincuencia y la corrupción

La participación en favor de la Cultura de la Legalidad no se limita a conseguir que los ciudadanos conozcan y tengan la voluntad de respetar las leyes. La propuesta exige también a los ciudadanos el compromiso de participar activamente en favor de la instauración de la legalidad. Por lo tanto, la denuncia de todas aquellas situaciones que se contrapongan al estado de derecho, es una conducta que pueden y deberían de asumir los ciudadanos para contribuir a mejorar la calidad de vida en su comunidad. El fomentar la cultura de la denuncia podría contribuir en la reducción de la corrupción y de los delitos, al tiempo que las personas que asumen esta postura dejan de ser cómplices de quienes actúan en perjuicio de la sociedad.

Tomando en consideración la propuesta señalada, es de esperarse que los medios de comunicación contribuyan notablemente en favor de la instauración de la Cultura de la Legalidad si participan de la denuncia. Al participar de la denuncia, los medios

además de informar al público sobre las situaciones ilegales que ocurren en la sociedad, también se convierten en portavoces de causas y dan visibilidad a aquellos que ponen de manifiesto las injusticias.

En lo que corresponde a los medios de comunicación incluidos en el estudio, los resultados reflejan que este proceder es el que más ponen en práctica. Casi 70% de las notas incluidas presentan bien sea de manera insuficiente (44.5%) o suficiente (25.2%) alguna contribución sobre este particular. Aun así, existe una buena oportunidad para conseguir que los medios de comunicación se identifiquen en mayor medida con esta propuesta, ya que todavía una tercera parte de las notas analizadas no participaron de la denuncia ni apoyaron a quiénes participaron de la misma.

H) Adecuación de las leyes

En el último de los principios bajo los que se conduce la Cultura de la Legalidad se destaca la posibilidad de realizar modificaciones a las leyes o normas que rigen a la sociedad. Lo anterior puede suceder cuando el régimen legal no está cumpliendo adecuadamente con los objetivos pactados o en su caso, lesionan la buena marcha de la sociedad. La situación más adecuada desde esta propuesta, es que exista un sistema regulatorio flexible, capaz de adaptarse a los cambios sociales y culturales para que no se pierda la eficacia y siga siendo vigente.

Lo anterior es importante, ya que los miembros de la sociedad deben estar seguros de que las leyes no son intocables y que los derechos, las obligaciones, la tipificación de delitos y las sanciones correspondientes podrán adaptarse de acuerdo a condiciones que les favorezcan.

En lo que corresponde a la promoción de esta última propuesta, el análisis indica que

de las 714 noticias analizadas, en el 60% de ellas no hace ninguna referencia a este principio. Esta situación es una de las que presentan mayor oportunidad de desarrollo, sobre todo por lo que representa que los ciudadanos tengan la oportunidad de participar de reglas que verdaderamente impacten en una mejor calidad de vida.

II) Prácticas periodísticas y Cultura de la Legalidad.

La literatura relacionada con el impacto que tienen en su público los medios, ha encontrado que la manera en la que se presenta la información incide directamente en el imaginario de las personas. En base a ese presupuesto teórico, se realizó un análisis de la información que presentaron los medios de comunicación, con el propósito de identificar el encuadre periodístico bajo el que dieron a conocer la noticia. En primer lugar, se buscó identificar los aspectos relacionados con el lenguaje y en segundo término, analizar los vídeos que acompañan a las noticias que se transmitieron.

Los resultados relacionados con el encuadre vinculado al lenguaje periodístico, indican que los medios nacionales suelen incurrir en dos aspectos que lesionan la precisión de la información y que por ende, van en contra de la propuesta de la Cultura de la Legalidad.

En ese sentido, se destaca el dramatismo que suelen imprimir a la información que presentan en sus contenidos, situación que se hace más evidente en la prensa escrita que en los noticieros de televisión. Este recurso, finalmente es una estrategia común a la que suelen recurrir los medios para incrementar el rating, destacando el sufrimiento, la tragedia, alarma, llanto, odio, triunfo, orgullo. Etc.

El otro aspecto que también se contrapone a los principios que contribuyen

en favor de la Cultura de la Legalidad, se relaciona con la forma en cómo presentan a los acusados (Tabla no. 2). Con relación a estos dos aspectos, los resultados indican que aún y cuando es ocasional, los medios

suelen recurrir al empleo de adjetivos calificativos en contra de los detenidos, incluso, todavía en menor proporción, a las apelaciones emocionales, sobre todo la prensa escrita.

Tabla 2
Elementos a los que se recurre en la presentación de las noticias

Tipo de contenido	Medio analizado		% Total	N Total
	Prensa	Televisión		
Recurre a términos dramáticos	59.3%	40.7%	31.4	452
Recurre a adjetivos calificativos	25.2%	21.6%	23.5%	340
Recurre a insultos	1.5%	3.9%	2.6%	38
Recurre a apelaciones emocionales	17.2%	19.5%	18.3%	262
Prejuza la inocencia del detenido	4.8%	4.5%	4.7%	38
Prejuza la culpabilidad del detenido	35.9%	36.4%	36.1%	282

* La tabla refleja únicamente los porcentajes de notas que se clasificaron de manera afirmativa.

En contraparte, es importante resaltar también que entre los medios analizados es una actividad rara vez utilizada el recurrir a los insultos en contra de los delincuentes o de las autoridades judiciales. Esta situación es importante desde la óptica de la propuesta de la Cultura de la Legalidad, ya que pone de manifiesto que los medios se conducen con respeto en favor de quienes se han visto involucrados de una u otra manera en un acto delictivo. Lo ideal, sería sin embargo, que se abstuvieran de emplear contenidos en donde se les incluya los aspectos señalados.

En lo que corresponde a la presentación de vídeo -apartado que sólo incluyó al estudio de los noticieros de televisión-, recurso que representa un marco muy apropiado para que su público interprete lo que sucede en la sociedad, ya que la imagen tiene un efecto poderoso entre el público.

Es posible presuponer que los informativos de televisión se concreten a presentar la información tal y como sucede, sin exagerar o tratar de impresionar al público. En ese sentido, el análisis realizado a los mensajes de los noticieros de televisión nacionales y de la ciudad de Monterrey se conducen de manera ecuánime, ya que más allá del uso frecuente que se hace del close up en las imágenes que acompañan a este tipo de contenidos, no es una práctica común recurrir a los efectos visuales.

En realidad, el uso de este u otro tipo de recursos no es constante y cuando sucede, se privilegia la toma en movimiento, sobre todo, cuando el camarógrafo corre o se desplaza con la cámara sobre el hombro o al ras de piso. Prácticamente nunca se recurre a otro tipo de efectos como sería la edición rápida o a la voz obtrusiva.

Tabla 3
Recursos técnicos que impactan en el imagen que se proyecta en los noticieros de televisión

En la presentación del vídeo se recurre a	% Sí	% No	N Total
Música dramática	7%	93%	1029
Close up	24%	76%	1037
Cámara subjetiva	11%	89%	1021
Voz obtrusiva	9%	91%	1028
Edición rápida	14%	83%	1019

Reflexiones finales

Los resultados indican que es evidente, que los principios de la Cultura de la Legalidad no coinciden por ahora de manera fiel con la construcción de la noticia en los medios de comunicación en México. Sobre todo, el distanciamiento se hace más evidente en los noticieros de televisión que en la prensa escrita. La situación descrita incide notablemente para que los ciudadanos se conformen una visión distinta a la que propuesta a la que se ha hecho referencia en el transcurso del trabajo.

Las evidencias académicas sostienen que la información que se transmite a través de los medios de comunicación, se convierte en referente para los ciudadanos, ya que a través de los contenidos a los que se exponen, van construyendo su agenda temática al tiempo que identifican las características que distinguen a los diversos acontecimientos que se presentan.

En México el papel de los medios cobra relevancia sobre todo, por las condiciones de adversidad que afronta México de un tiempo a la fecha, de ahí la importancia de recurrir a ellos para mejorar la calidad de vida de esta sociedad. El trabajo se partió de la presuposición de que las instituciones mediáticas pudieran convertirse en un elemento esencial para promocionar la Cultura de Legalidad, sobre todo, por la

capacidad que tienen para conformar imaginarios.

Sin embargo, para que prospere esta propuesta se precisa erradicar algunas prácticas arraigadas en el ámbito periodístico, las cuales de alguna manera van en contra de la Cultura de la Legalidad. El diagnóstico realizado sugiere que los medios incluidos en el estudio en la mayoría de las ocasiones presentan los acontecimientos lesionando aspectos ligados al estado de derecho, situación que desde la Cultura de la Legalidad no debería ocurrir, sobre todo, por el mensaje que denotativamente puede enviar al público.

En México como ha sucedido en algunos otros sitios del mundo, los medios podrían participar más activamente en favor de la Cultura de Legalidad, sin embargo, para que ésta realmente sea fructífera se precisan realizar algunos cambios en su política editorial. En el marco de la libertad de expresión y en tanto esto sea posible, se precisa que promuevan la legislación vigente, con el objetivo de que su público se familiarice con éste. Tan sólo con esta acción, podría concretarse, no sólo que la sociedad conozca sus leyes, sino también, podría incidir en la conformación de una sociedad más activa. En este renglón existe una gran tarea.

Al igual que en el punto señalado, en prácticamente todos los principios relacionados con la Cultura de la Legalidad

existe oportunidad de mejora. En ese sentido, se precisa de su apoyo para que destaquen las bondades que acarrea una sociedad que se conduce con base en el marco legal. Es poco lo que se hace en este sentido y mínimo el esfuerzo que tendrían que invertir, comparado con los beneficios que acarrearía si los ciudadanos se convencen de conducirse conforme a derecho. Se requiere que los medios promuevan más los acuerdos que se gestan entre los diversos actores e instituciones que participan y apuestan en favor de la legalidad. La inclusión de esta propuesta podría generar un ambiente favorable en favor de la legalidad, situación que no es común en México, donde la desconfianza permea por encima de todo. Se requiere que en los contenidos se destaque también todas aquellas acciones que están encaminadas a erradicar la ilegalidad y la corrupción de la sociedad.

En realidad los ocho principios básicos de la Cultura de la Legalidad tienen un valor similar, de forma que no pude aludirse que uno sea más importante que otro, sin embargo, las condiciones que existen en el país podrían incidir para destacar algunos de ellos. Se destacan en este sentido, la presunción de inocencia, la denuncia y condena de la corrupción y la impunidad.

Bajo este esquema podríamos esperar que los medios se abstengan de calificar y juzgar a los acusados, sobre todo, cuando ni tan siquiera se haya iniciado un proceso de juicio en su contra. En ese sentido, si los medios quieren participar de una cultura de legalidad, deben también ajustarse a ella. Es preciso por lo tanto que respeten el derecho a la presunción de inocencia, hasta que jurídicamente se demuestre lo contrario. Se esperaría que se conduzcan con mayor

precaución al momento de abordar estos temas.

Es importante también que tengan presente a las víctimas del delito, que participen más puntualmente en la promoción de los acuerdos o los consensos en sus mensajes y que promuevan la denuncia contra la corrupción, pues aunque la agenda mediática está plagada de notas sobre hechos violentos y delictivos, pocas veces se aprovecha el espacio para hacer señalamientos en contra de la corrupción. Fomentar la cultura de la denuncia, es otra de las actividades en las que deberían poner mayor atención los medios, ya que la impunidad, ha sido y es, uno de los principales males que aquejan al país.

La apuesta de este trabajo de evaluación y análisis de las noticias desde la perspectiva de la cultura de la legalidad, es que los medios se involucren de forma activa en la reconstrucción del tejido social de México. La intención es que poco a poco, como se ha logrado en otros países, los noticieros y periódicos se vuelvan aliados de los lectores y las audiencias.

Consideramos que el verdadero reto hasta ahora, sigue siendo el convencer a los medios para que participen de esta iniciativa: las noticias seguirán siendo las mismas mientras las prácticas editoriales no se modifiquen, mientras las instituciones no brinden seguridad a los periodistas y en tanto no se genere una verdadera conciencia sobre la importancia y ventaja que tiene vivir en un estado de derecho. Los medios tienen la consigna de colaborar activamente para poder lograr el cambio, como ha sucedido en otras ciudades del mundo y poner a la violencia y a la impunidad en su real dimensión.

Referencias

- Camacho, E. (2012). Cifra I.P. en 1.5 billones el costo de la corrupción. El Universal. Primera sección. Martes 17 de abril. En Red. <http://www.eluniversal.com.mx/primer/39265.html>.
- DOF. (2008). Acuerdo Nacional por la Seguridad, la Justicia y la Legalidad. Secretaría de Gobernación. México. En Red. <http://www.dof.gob.mx/index.php?year=2008&month=08&day=25>
- ENCUP. (2012) Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2012. Dirección General de Cultura Democrática y Fomento Cívico. Secretaría de Gobernación. México.
- Godson, R. (2000). Guide to developing a culture of lawfulness. *Trends in Organized Crime*, 5, 91-110.
- Igartua, J.J. y Humanes, M. L. (2004). Teoría e investigación en Comunicación Social. Ed. Síntesis. Periodismo. Madrid.
- INEGI. (2013). “Estadísticas a propósito del día internacional de la no violencia. Datos nacionales”. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (ed.). Aguascalientes, Mex. En Red: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Contenidos/estadisticas/2013/noviencia0.pdf>
- INEGI. (2010). Censo de población y vivienda 2010 - Estados Unidos Mexicanos Resultados Definitivos por Entidad y Municipio. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (ed.). Aguascalientes, Mex.
- (2009). Ciudadanía y Medios: Acción conjunta. Memorias del congreso. Asociación Nacional de Consejos de participación Cívica. A.C. Boca del Río, Ver. Méx. En Red. www.fundacionmepi.org/ARCHIVOS-MEPI/ciudadania_y_medios.pdf
- Lippmann, W. (2003). La Opinión Pública. Cuadrernos de Langre, Madrid

- McCombs, M. E. y Ganhem, S.I. (2001). The convergente of agenda setting and freming. En S. D. Reese, O.H. Gandy y A, Grant (Eds.). *Framing Public life. Prespectives on media and our understanding of the social world.* (pp. 67-81). Mahuah, N.J. Lawrance Erlbaum Associates.
- McLeod, D.M. y Detenber, B.H. (1999). Framing effects of televisión news coverage of social protest. *Journal of Communication.* No. 40 (3). Pags. 3-23.
- Orlando, L. (2003). *Hacia una cultura de la legalidad. La experiencia siciliana. Ver. Castellano.* Fondo editorial de la pontificia Universidad Católica de Perú. Perú.
- Ramos, J. (2013). Los muertos de Peña Nieto. *El Norte.* Pág. 8. Sección Opinión. Domingo 8 de diciembre. Monterrey, México.
- Rodríguez Borges, R. F. (2010). La propagación mediática del miedo. El caso del macroinforme sobre el acoso escolar. *Biblioteca Virtual Universal.* Ed. Del Cardo. Universidad Complutense de Madrid. En red: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/151748.pdf>.
- Rodríguez García, A. (2012). El saldo de Calderón: por cada capo “anulado”... más violencia. *Revista Proceso.* No. 1943. 16 de Octubre. México. En Red.: <http://www.proceso.com.mx/?p=322720>.
- Rousseau, J.S. (1812). *El Contrato social, o principios de derecho político.* Traducción de Ferrer, O. J. Valencia, España.
- Rubio, L. (2013). Cadenas de Valor. *El Norte.* Domingo 8 de diciembre. Pag. 9. Sección editorial. Monterrey, Mex.

Artículo recibido: 18 de agosto 2014

Dictaminado: 25 de noviembre 2014

Aceptado: 15 de diciembre 2014

¹ El autor es profesor del Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey, Titular de la Cátedra de Medios de Comunicación y Cultura de la Legalidad. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Contacto: francisco@itesm.mx.

Se agradece la participación en el levantamiento de la información al Dr. Oscar Miranda, Mtra. Carmen Herrera; Y a los siguientes estudiantes de licenciatura: Rut Leija; Magdalena Giner; Guillermina Jaramillo; Batsabe Enríquez, Fabiola Díaz; Barbara Luque; Melissa Lozano; Daniela Ferrigno; Ma. Guadalupe Carrillo; Alicia Félix; Fumiko Felix; Marta Guevara y Sebastián Valdivieso.