



La agenda informativa en Veracruz durante las campañas del 2010 y del 2016. Una aportación para los estudios de comunicación política en contextos autoritarios

P. Andrade ¹

RESUMEN: El objetivo de este análisis es abundar en el conocimiento de la comunicación política a través del comportamiento de los medios impresos en Veracruz, comparando sus contenidos durante la campaña electoral del 2010 y 2016, para verificar la hipótesis que sostiene que cuando la comunicación política se institucionaliza en escenarios autoritarios, produce efectos que están lejos de promover la deliberación ciudadana. El marco teórico discute la trayectoria del concepto de lo público y el papel de la información para la conformación de la opinión pública como expresión de los temas de la comunicación política, cuyas agendas informativas son representativas. Los resultados ofrecen el número de noticias publicadas por partido político, en seis periódicos impresos veracruzanos y los temas que trataron en ambas contiendas. Se comprue-

ban ciertas características de la comunicación política veracruzana, cuyos contenidos son la expresión de la cultura política autoritaria que prevalece en el estado de Veracruz.

Palabras Clave: Comunicación política, elecciones 2010-2016, Agenda informativa, Veracruz, Prensa.

ABSTRACT: The objective of this analysis is to abound in the knowledge of political communication through the behavior of the printed media in Veracruz, comparing it's contents for the electoral campaign of 2010 and 2016, to verify the hypothesis that maintains when political communication is institutionalized in authoritarian scenarios, produce effects that are far from promoting citizen deliberation. The theoretical framework describes the trajectory of the concept of the public and the role

¹ Dra. Patricia Andrade del Cid. Observatorio Veracruzano de Medios. Centro de Estudios de Opinión y Análisis de la Universidad Veracruzana. Contacto: paandrade@uv.mx

of information for the shaping of public opinion as an expression of the issues of political communication, and the information agendas are representative.

The results offer the amount of publications published by each political party, in six printed newspapers and in the topics that deal in both contests. Certain characteristics of the Veracruz political communication are verified, whose contents are an expression of the authoritarian political culture that prevails in the state of Veracruz.

Keywords: Political communication, elections 2010-2016, Agenda setting, Veracruz, Press.

1. Introducción

Este reporte de investigación se pregunta sobre la información que emite la prensa impresa en una democracia sostenida por un contexto autoritario como el del estado de Veracruz, que fue gobernado por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) durante 86 años y que hasta el 2016 logra ganar la oposición, representada por una alianza de los partidos de la derecha (PAN) y la izquierda (el PRD).

El objetivo es comparar los contenidos de las agendas informativas, durante las campañas al gobierno de Veracruz en 2010 y 2016, para abundar en el conocimiento de la comunicación política.

La hipótesis de este estudio sostiene que cuando la comunicación política se institucionaliza en escenarios autoritarios, produce efectos que están lejos de promover la deliberación ciudadana.

A pesar de que México cuenta con un período de al menos 17 años de democracia electoral, los más de setenta años de ejercicio monopólico del poder político ejercido por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) en el país, dejaron su impronta absolutista en el quehacer informativo y de opinión de los medios, particularmente en los medios impresos, quienes para sobrevivir en el mercado de la información, han requerido de la connivencia con el gobier-

no en turno (Carreño, 2000). Ese contubernio ha favorecido también a los distintos gobiernos de la oposición, que disponen la información a través del pago por publicidad oficial o por los llamados convenios informativos.

Los estudios de comunicación política sitúan a los medios electrónicos y la prensa impresa en particular, en un rol importante en los procesos políticos, intereses que desde el punto de vista de la democracia son legítimos.

El doble papel que tienen, tanto como formadores de opinión, como partícipes del campo político, les ha habilitado para cuestionar o favorecer a élites y grupos hegemónicos, poniendo en tensión su papel deliberativo.

2. Lo público y la comunicación política

Lo *público* comienza en el momento en que los individuos empiezan a interesarse en asuntos que antes eran percibidos exclusivamente por la autoridad. Esto se logra a mediados del siglo 19, cuando la información circula en los espacios públicos alternos a los poderes eclesiásticos y en los nacientes estados-nación (Habermas, 2001).

Sin embargo, con el surgimiento de la prensa comercial a finales del mismo siglo, lo público también se construye satisfaciendo la necesidad de diversión y entretenimiento de los lectores, asuntos que no tienen que ver con la vida pública, sino más bien con la venta del "producto informativo". Los efectos colaterales de esa comercialización fueron la despolitización del contenido y la centralidad de los intereses comerciales.

Como consecuencia del éxito de la venta de información los contenidos son intervenidos por el poder político, cuya audiencia representa sus posibles votantes. Esa intervención se logra a través de convenios de publicidad y otros menesteres que aseguraban la existencia de los medios. A pesar de esa transformación todavía en 1987, Baker señaló que la opinión pública - que emana de la información publicada - es una institución invisible, porque representa "el fundamento de una legitimidad exterior al aparato de gobierno" (p.42).

Así, durante el siglo 20 los medios de comunicación se volcaron hacia la legitimación del aparato de gobierno y/o los grupos hegemónicos, lo que los convirtió en un actor político con suficiente poder para negociar a la altura de los poderes políticos. En *"Facticidad y validez. Sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso"* Habermas (2005) afirma que "el poder de los medios ya está siendo constitucionalizado jurídicamente como cuarto poder" (p. 457).

A partir de estos acontecimientos, la sociología y la ciencia política comienzan a ver con interés los distintos aspectos de la comunicación política, ya que la relación entre medios y poder se vuelve primordial para la democracia de un país.

Por eso, el análisis de los contenidos de la información se transforma en estratégico para demostrar imparcialidad, diversidad o favoritismo de las empresas mediáticas hacia distintos grupos políticos y hegemónicos.

Mientras tanto, desde otra perspectiva, se aborda el estudio de los contenidos como un discurso que construye referentes informativos y recrea símbolos comunes. Esta interafectación simbólica que produce la información, conduce al análisis de los mensajes de la comunicación política como representación hegemónica de la cultura política (Molina y Pareja, 2009; Aceves, 2010; Andrade, 2014).

Las circunstancias expuestas explican la relación entre la cultura política con las instituciones mediáticas, abriendo un abanico de problemas empíricos y conceptuales que afectan tanto a la teoría sociológica como a la teoría política.

En consecuencia, el ámbito particular de la comunicación política se caracteriza por ser una clase o género de la comunicación social, en la medida que es intervenida por procesos o sistemas económicos, comunicativos y cognitivos:

1) El económico supone que *el valor social de los servicios* que distribuye la comunicación de masas consiste en facilitar el contacto comunicativo entre las instituciones políticas y el ciudadano (y entre éste y las instituciones polí-

ticas).

2) El comunicativo establece que "la codificación y decodificación informativa de los mensajes compromete como actores de la comunicación a quienes desempeñan roles predefinidos por el comportamiento de las instituciones".

3) Y el cognitivo: "la referencia de los relatos remite al acontecer en las relaciones de poder derivadas del comportamiento de las instituciones" (Piñuel y Gaytán, 1995: 443).

La comunicación política entonces, puede ser analizada también como una *institución invisible* con valor social, porque pone en contacto a ciudadanos y políticos, a través de la información que se emite y recaba a través de encuestas y de los estudios de la agenda informativa. Ambos estudios expresarán también las referencias de las relaciones de poder entre instituciones políticas. Desde ese análisis sistémico se puede establecer que la opinión pública es una institución mediada y mediadora del acontecer político (Piñuel y Gaytán, 1995).

En ese contexto los estudios de agenda son de gran interés para la ciencia política. Para N. Luhmann (citado en Andrade, 2007) la tematización de la agenda pública es la operación más sustantiva para la conformación de la opinión pública contemporánea, porque la "opinión pública ya no es el resultado de la libre discusión racional de los temas de interés público por parte de los individuos -como en la democracia liberal- sino que se manifiesta más bien como una estructura formada por temas institucionalizados al obedecer a una valoración de relevancia por parte de los medios de comunicación" (p.50).

Así pues, el estudio de análisis de agenda que se presenta, es un estudio de comunicación política que analiza a la opinión pública a través del valor social de los relatos de los medios impresos, ya que ponen en contacto a los electores con los candidatos; el análisis de ese relato nos dará cuenta del comportamiento institucional tanto de los medios impresos veracruzanos como de las instituciones llamadas "partidos políticos".

3. Medios impresos en Veracruz

Un estudio de comunicación política se construye a partir del conocimiento de las relaciones entre las instituciones de medios y de las instituciones políticas, por lo que la agenda de noticias es un buen soporte².

Después de la Ciudad de México, Veracruz es uno de los estados de la República Mexicana que cuenta con el mayor número de medios locales impresos; se editan más de 70 periódicos impresos locales que se distribuyen a lo largo y ancho del estado. Esta cobertura de prensa se explica porque es un estado extendido cuyas dinámicas socioeconómicas han favorecido la existencia de ocho ciudades medias. En consecuencia, las dinámicas poblacionales y económicas han formado mercados diferenciados. En esa geografía, diversos directores de medios impresos o concesionarios de estaciones de radio han ocupado cargos de elección popular postulados por el partido hegemónico por 86 años, el PRI.

La mayoría de las empresas mediáticas son familiares y sus integrantes han sido representantes de la política local. Esto explica el hecho de que muchos de los actuales medios de comunicación se han creado y operado bajo el cobijo y protección de grupos regionales de poder político y económico. Esa relación se traduce en control de la información a través de la censura, intimidación y cohecho.

El subsidio más cotidiano fue y ha sido el suministro no reglamentado de publicidad oficial, que se convirtió en la garantía de subsistencia para numerosos medios impresos, incluso

para aquellos que no cuentan con lectores y cuya circulación no va más allá de las oficinas de prensa. Esta dependencia económica de la publicidad oficial ha sido difícilmente evitable para la mayoría de los diarios, debido a los bajos ingresos por venta de ejemplares y de publicidad privada que caracterizan a la industria. En este último rubro se ubica a los periódicos de Veracruz que tienen baja calidad periodística: escasos reportajes, variedad en géneros de opinión, como lo son la columna, columnas políticas o editoriales; en cambio emiten un alto porcentaje de notas informativas.

El Veracruz que fue gobernado por Javier Duarte y que representó - a esta fecha - el último gobierno del PRI, contó con 19 periodistas asesinados, cuatro de ellos periodistas del periódico *Notiver*.

Los diarios analizados y considerados “gran prensa” de Veracruz porque cuentan con mayor influencia y tiraje³ son los siguientes: *La Opinión de Poza Rica*, propiedad de la familia Gibb Guerrero⁴.

El Diario de Xalapa, con circulación en la capital del estado; en 1995 fue adquirido por la Organización Editorial Mexicana (OEM) de Mario Vázquez Raña; el 24 de julio de 2012, Miguel Morales su editor, fue reportado como desaparecido.

El Dictamen se edita en el puerto de Veracruz, considerado el periódico más antiguo de México, “Decano de la Prensa Nacional” fundado en septiembre de 1898, propiedad de la familia Malpica⁵.

*Notiver*⁶ que también se edita en el puerto de Veracruz, es propiedad del empresario de ori-

2 Los estudios de agenda proponen analizar el contenido de la información publicada en distintos medios para inferir esas relaciones. Se trabaja con técnicas que examinan las estructuras, lenguajes y contenido de los distintos medios, por ejemplo en prensa impresa, para medir importancia: si la noticia aparece en primera página, y/ o el número de columnas dedicada a esa información, y otros elementos del lenguaje periodístico como las fotografías, etc. En televisión y radio, el tiempo dedicado a cada nota, el lugar que ocupan en el noticiero y/o “los personajes” que aparecen en cada nota a partir de los objetivos propuestos.

3 La mayoría de los datos fueron tomados del Padrón Nacional de Medios de la Secretaría de Gobernación, a través de la Subsecretaría de Normatividad de Medios, en la dirección: <http://pnmi.segob.gob.mx/>.

4 La razón social de la empresa es Editorial Gibb S.A. de C.V., en abril de 2005 su entonces propietario y director general Raúl Gibb Guerrero fue asesinado en una balacera (recibió más de 8 impactos) tras salir de las oficinas del periódico: <http://www.jornada.unam.mx/2005/04/10/index.php?section=estados&article=035n1est>

5 Para un breve recuento histórico de este periódico, consultar: Nieto, J.(2008) *El Dictamen: la representación de la ciudad de Veracruz en la edición del periódico decano*. En *Razón y Palabra* No. 64. Site web: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n64/varia/jnieto.html>.

6 Este diario no se encuentra registrado en el Padrón Nacional de Medios Impresos de la Segob.

gen español Alfonso Salces Fernández, fundado en diciembre de 1974. Circula en la región conurbada Veracruz-Boca del Río, la zona metropolitana más poblada de la entidad; dos de sus más destacados periodistas fueron brutalmente asesinados en 2011: Miguel Ángel López Velasco y Yolanda Ordaz de la Cruz, reportera de la fuente policiaca. En mayo de 2012 fueron asesinados los fotógrafos Guillermo Luna y Gabriel Hüge, que también trabajaron para ese diario. Los crímenes fueron vinculados con hechos de la delincuencia organizada, sin que hasta el momento hayan sido esclarecidos por las autoridades ministeriales.

Mundo de Orizaba y su equivalente *Mundo de Córdoba*, tiene influencia en los municipios de Orizaba, Río Blanco, Maltrata y los ubicados en la sierra de Zongolica, de población mayoritariamente indígena.

Diario del Istmo, cuya zona geográfica comprende desde los municipios de Acayucan, Cosoleacaque, Minatitlán y Coatzacoalcos, fue fundado en abril de 1979 por Rubén Pabello

Acosta, el fundador de *Diario de Xalapa*, y vendido a su actual director y propietario José Pablo Robles Martínez.

De los periodistas asesinados durante el sexenio del Gobernador Duarte, sobresalen los casos de dos corresponsales de la Revista Proceso: Regina Martínez en 2012 y el fotoreportero Rubén Espinosa en 2015. En el 2011, durante el gobierno de Javier Duarte, se encarcelaron a dos usuarios de redes sociales. Del hecho derivó una reforma al Código Penal del Estado que creó el delito de “Perturbación del orden público”, para sancionar con cárcel a quien difundiera información falsa (Andrade y Martínez, 2012). Además, ningún homicidio ha sido resuelto a esta fecha.

En 2013, la Suprema Corte de Justicia avaló la moción de inconstitucionalidad promovida por la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) en contra de estas modificaciones por considerarlas violatorias a los derechos dictados por la Constitución (Reporte Directo, 2017). En medio de elevados niveles de inseguridad pública y asesinatos a periodistas, se elabora y publica la información política en Veracruz, misma que representa el espacio de

la vida pública en el que intervienen instituciones políticas y medios de comunicación. Además, ningún homicidio ha sido resuelto a esta fecha.

5. Resultados del análisis de contenido de la prensa impresa local durante las campañas electorales 2010 y 2016

Tanto en el año 2010 como en el 2016, el análisis de contenido se realizó durante dos semanas naturales y otra aleatoria, de las cuatro que transcurre la campaña electoral:

Notas publicadas en seis periódicos: Monitoreo Gobernador de Veracruz 2010 y 2016		
Diario	Notas publicadas 2010	Notas publicadas 2016
La opinión de Poza Rica	47	33
Diario de Xalapa	94	112
Notiver	223	69
El dictamen	68	63
Mundo de Orizaba	59	38
Diario del Istmo	104	109
Total	595	424

Fuente: Elaboración propia.

Cobertura de las notas por partido: Monitoreo Gobernador de Veracruz 2010 y 2016		
Partido	Notas publicadas 2010	Notas publicadas 2016
PRI	297	234
PAN	216	146
Movimiento Ciudadano	82	44
Total	595	424

Fuente: Elaboración propia.

Temas	Año	PRI	PAN	Movimiento Ciudadano	Total
Desempleo	2010	11.69%	6.66%	0	18.35%
	2016	4.46%	1.96%	0.39%	6.81%
Corrupción	2010	0.55%	6.11%	2.78%	9.44%
	2016	15.74%	12.99%	3.14%	31.87%
Inseguridad	2010	3.33%	10.55%	2.78%	16.66%
	2016	6.29%	3.14%	0.39%	9.82%
Pobreza	2010	1.67%	1.66%	0	3.36%
	2016	2.75%	0.78%	1.57%	5.10%
Narcotráfico	2010	0	0	0	0
	2016	0	0	0	0
Migración	2010	0.55%	0	0	0.55%
	2016	0	0	0	0
Servicios públicos e infraestructura	2010	18.33%	1.66%	2.78%	22.77%
	2016	12.59%	3.14%	2.36%	18.09%
Educación	2010	1.11%	2.77%	0	3.88%
	2016	0.78%	1.18%	0	1.96%
Economía	2010	15%	3.88%	2.78%	21.66%
	2016	10.23%	5.90%	0.39%	16.52%
Género	2010	2.22%	1.11%	0	3.33%
	2016	7.08%	1.57%	1.18%	9.83%
Total	2010	54.44%	34.44%	11.12%	100%
	2016	59.92%	30.66%	9.42%	100%

Fuente: Elaboración propia.

5.1 Principales hallazgos del Análisis de Contenido

- En el año 2016 se editaron menos noticias sobre la campaña electoral.

- El Diario *Notiver* que se edita en el Puerto de Veracruz - fue víctima del asesinato de cuatro de sus periodistas - dejando de emitir noticias sobre la campaña electoral en un 70%.

- En cuanto a la cobertura por partido, proporcionalmente son los mismos resultados, tomando en cuenta que se emitieron menos notas en 2016.

- El tema "Corrupción" obtiene un porcentaje más alto en 2016 tanto por el PAN como por el PRI; los demás temas tienen similar comportamiento en la prensa analizada en ambos perio-

dos.

- Sorprende que el tema "Narcotráfico" no es mencionado como tal en ninguno de los periodos analizado.

- Los temas sobre "Servicios públicos e infraestructura" son los más mencionados por todos los partidos en ambas campañas.

6. Discusión

El estado de Veracruz es ahora mundialmente conocido por ser una de las regiones de México que más ha resentido la violencia hacia la prensa en la última década: sólo del 2010 al 2016, durante el sexenio del gobernador Javier Duarte, fueron asesinados 15 periodistas y tres

se mantienen como desaparecidos⁷. A la fecha ninguno de esos asesinatos ha sido resuelto.

Aunque durante el año 2010 no se vivía el clima de violencia y de violencia hacia la prensa, el comportamiento de las empresas periodísticas al emitir información sobre la campaña política es similar en ambas elecciones, así lo comprueba el número de noticias por partido.

Sin embargo el periódico *Notiver* que fue víctima del asesinato de cuatro de sus periodistas, dejó de emitir noticias de manera significativa entre 2010 y 2016.

El análisis de contenido observó que la prensa local favoreció en ambas elecciones al régimen que gobernó Veracruz durante 86 años. Lo que confirma que la prensa local veracruzana es una institución que *legitima* al régimen hegemónico que gobernó Veracruz.

En 2016 triunfa la oposición conformada en una alianza entre un partido de derecha (PAN) y otro de izquierda (PRD). Este hecho supone que el gobernador Javier Duarte, acusado por el candidato de oposición y por distintos medios nacionales de quebrar financieramente al estado de Veracruz⁸, es el principal motivo para que el partido hegemónico perdiera esas elecciones. Los resultados electorales demuestran que los votantes no legitimaron al sistema político que prevalecía en Veracruz y en consecuencia, al sistema de medios que lo favoreció. Estos son los resultados de la elección (ver tabla 1).

Este estudio tuvo por objeto hacer un comparativo de las agendas de la prensa local en las elecciones 2010 y 2016, por eso no aparece el partido “MORENA” en este análisis. Este dato es importante porque ese partido, fundado por Manuel López Obrador en 2014, hizo presencia por primera vez en Veracruz en las elec-

	43.33 %
	36.67 %
	20 %

Fuente: Elaboración propia.

ciones federales 2015, y fue protagonista en las locales del 2016, logrando un buen porcentaje de votos y mandando al tercer lugar al partido hegemónico y sus alianzas.

Se concluye así que el contexto de violencia y crímenes hacia la prensa, el comportamiento clientelar, y la quiebra financiera del estado de Veracruz, menoscabó al sistema político y sus instituciones. Esto por supuesto, generó poca o nula credibilidad hacia los medios impresos, que, ante la emergencia por su propia supervivencia, respaldaron al partido hegemónico; sin embargo la respuesta de los electores se decantó por otras opciones políticas. Los sistemas de comunicación tradicionales en Veracruz están en crisis, y esa crisis provoca la falta de consenso social e institucional, indispensable para que la democracia transite y la participación ciudadana fluya. Lo que también significa que, esa

7 *Periodistas asesinados en Veracruz del 2011 al 2016: 20 de junio de 2011, Miguel Angel López y Misael López Solana NOTIVER; 1 de junio de 2011, Noel López Olquín, Noticias de Acayucan; 27 de julio de 2011, Yolanda Ordaz de la Cruz. NOTIVER; 28 de abril de 2012, Regina Martínez Revista Proceso; 3 de mayo 2012, Gabriel Hugo, NOTIVER; 3 de mayo 2012, Guillermo Luna NOTIVER; 14 de junio de 2012, Víctor Manuel Báez (Chino). Milenio; 11 de febrero de 2014, Gregorio Jiménez NOTIsur; 2 de enero de 2015, Moisés Sánchez. La unión; 4 de mayo de 2015, Armando Saldaña, EXA-FM; 30 de junio de 2015, Juan Mendoza Delado, “Escribiendo la verdad”; 31 de julio de 2015, Rubén Espinosa /Proceso-Cuarto Oscuro; 8 de febrero de 2016, Anabel Flores, Sol de Orizaba; 14 de mayo de 2016, Manuel Torres. Noticias MT; Pedro Tamayo del periódico Al Calor político y el Piñero de la Cuenca. Periodistas desaparecidos: 22 de mayo 2013, Sergio Landa, Diario de Cardel; 24 de julio de 2012, Miguel Morales, La Opinión de Poza Rica; 19 de septiembre de 2011, Gabriel Fonseca, El mañanero.*

8 <http://reportedirecto.mx/10-momentos-que-marcaron-la-carrera-politica-de-javier-duarte/>

institución invisible que describe Baker (1987) como opinión pública, no legitimó a las instituciones del régimen.

No obstante al analizar los aspectos de la cultura política - ese conjunto de signos y símbolos que conciernen al comportamiento de la estructura de poder -, se comprueba que la agenda informativa, su relato y su referente o representación social, es una manifestación del comportamiento autoritario que, a pesar de la transición electoral, permanecerá todavía en las creencias y actitudes de una gran parte de la opinión pública veracruzana.

Referencias

Aceves, F. (2010). Monitoreo de Medios en México. Emergencia, institucionalización y perspectivas, en Trejo R. y Vega A., (coords.) *Medios de comunicación y elecciones en los estados*. México: IFE.

Andrade, P. (2007). *Relatos del periodismo veracruzano. El presente en la noticia*. Instituto Electoral Veracruzano, México: IFE.

Andrade, P., y Martínez, A., (2012). "La campaña presidencial 2012 en la prensa impresa del estado de Veracruz. Análisis de la cultura política". *Revista Mexicana de Opinión Pública*. México, 13: 111-129.

Andrade, P. (2014). "El análisis del contenido del discurso de la información y los estudios de opinión pública, fortalezas de la democracia". En Andrade, P. (coord.) *Medios de Opinión Pública en Veracruz, Metodologías y otros discursos*. México: Razón y Palabra, 10(20): 15-32.

Baker, K. (1987): "Politique et opinion publique sous l'ancien Régime" *Annales. Economies, Sociétés, Civilisations*, 42(1): 41-71.

Carreño J. (2000). "Cien años de subordinación. Un modelo histórico de la relación entre prensa y poder en el Siglo XX". *Sala de prensa* 16, 3(2). Recuperado de: <http://saladeprensa.org/art102.htm>

Habermas, J. (2001). *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gilli, Barcelona, 1981.

Habermas, J. (2005). *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*. Madrid: Trotta.

Molina S. y Pareja N. (2009). Situación de la Comunicación Política en México, 2007. En Vega, A. (coord.) *La Comunicación en México. Una agenda de investigación*. Aso-

ciación Mexicana de Investigadores. México: Colección Alternativas.

Piñuel, J. y Gaitán, J. (1995). *Metodología general: Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Síntesis, Madrid.

Reporte Directo. (2017). Diez momentos que marcaron la carrera política de Javier Duarte. Recuperado de: <http://reportedirecto.mx/10-momentos-que-marcaron-la-carrera-politica-de-javier-duarte/>

Referencias al pie de página

López, G. y Morales, T. (2005). *La Opinión de Poza Rica. Veracruz: Asesinan de 13 balazos al propietario del periódico*. Recuperado de : <http://www.jornada.unam.mx/2005/04/10/index.php?section=estados&article=035n1est>

Nieto, J. (2008). *La representación de la ciudad de Veracruz en la edición del periódico*. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n64/varia/jnieto.html>

Padrón Nacional de Medios de la Secretaría de Gobernación, a través de la Subsecretaría de Normatividad de Medios. Recuperado de: <http://pnmi.segob.gob.mx/>

Reporte Directo (2017). *Reportero Directo. Veracruz: Diez momentos que marcaron la carrera política de Javier Duarte*. Recuperado de: <http://reportedirecto.mx/10-momentos-que-marcaron-la-carrera-politica-de-javier-duarte>