



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**  
**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**EL IMPACTO DEL ESCÁNDALO POLÍTICO “LA CASA BLANCA” EN LA  
APROBACIÓN PRESIDENCIAL DE ENRIQUE PEÑA NIETO**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**QUE PRESENTA:  
CARRILLO ALTAMIRANO URIEL**

**TUTORA:  
MARVÁN LABORDE MARÍA**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX., 2022**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## ÍNDICE

<b>Introducción</b> .....	5
<b>Capítulo 1.- El Escándalo Político</b> .....	10
1.1 Comunicación política y escándalo.....	10
1.2 El Escándalo.....	13
1.2.1 Escándalos circunscritos y escándalos mediáticos.....	16
1.2.2 Escándalo mediático.....	23
1.3 Medios de comunicación.....	27
1.4 Escándalo político.....	29
1.4.1 Escándalo financiero.....	33
1.5 Consecuencias del escándalo político.....	35
1.6 Control de escándalos.....	39
<b>Capítulo 2.- La Aprobación Presidencial</b> .....	45
2.1 Opinión pública.....	45
2.1.1 Medición de la opinión pública y su importancia en las democracias.....	47
2.2 Aprobación presidencial.....	54
2.2.1 Historia y principales debates.....	54
2.2.2 Aprobación presidencial: definición y puntos de partida.....	61
2.3 Aprobación y escándalo político.....	64
2.3.1 Confianza y reputación.....	68
<b>Capítulo 3.- La nueva era del Partido Revolucionario Institucional</b> .....	76
3.1 La elección del 2012.....	77
3.2 El pacto por México.....	79
3.3 2014 dos errores previos.....	80
3.4 Tres problemas un escándalo.....	86
3.4.1 Primer Strike. La casa blanca.....	86
3.4.2 Segundo Strike. El tren México-Querétaro.....	89
3.4.3 Tercer Strike. El jardín de Luis Videgaray.....	91
3.4.4 La reacción institucional.....	93
3.5 El inicio del fin: la otra mitad del sexenio.....	96
3.5.1 El reajuste electoral de 2015.....	96

3.5.2 La economía y las decisiones impopulares.....	97
3.5.3 La sociedad, el chapo y los sismos.....	98
3.5.4 Más corrupción: PEMEX–Odebrecht y <i>los gobernadores</i> .....	100
<b>Capítulo 4.-De la aprobación presidencial y las consecuencias de un escándalo.....</b>	<b>103</b>
4.1 La comunicación del gobierno de Enrique Peña Nieto.....	104
4.2 Tlatlaya y Ayotzinapa dos precedentes clave.....	107
4.3 La casa blanca de Enrique Peña Nieto y el manejo de la comunicación de crisis.....	113
4.3.1 Las fases del escándalo político.....	117
4.3.2 Las consecuencias del escándalo (tripartito) y la aprobación presidencial.....	125
4.3.3 Aciertos y desaciertos de la comunicación de crisis.....	136
4.4 Más consecuencias y más problemas.....	144
<b>Capítulo 5.- Conclusiones.....</b>	<b>147</b>
5.1 Lecciones y aprendizajes.....	155
5.2 Rutas pendientes para el análisis de la aprobación presidencial y su relación con los escándalos políticos.....	159
<b>Fuentes de consulta.....</b>	<b>160</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>176</b>

## *Agradecimientos*

*A mi familia, mamá, papá y hermanos por el apoyo brindado y porque el destino nos ha permitido seguir juntos.*

*A mis abuelos a quienes extrañaré siempre, y a la familia que no pudo ver este momento.*

*Gracias a toda la familia que siempre me dio los ánimos para seguir escribiendo.*

*Por su puesto también a mis amigos (espero no haber olvidado a nadie): Daira, Mariel, Ricardo, Saúl, Salvador, Frida, Alejandra, Carlos, Paola, Axel, Majo, sin ustedes la universidad y la vida no hubiera sido tan maravillosa.*

*A Brenda por ser amiga, familia y compañera de viaje durante la universidad, la titulación y la vida.*

*A mi querida asesora y guía María Marván por su tiempo, enseñanzas y apoyo, y por supuesto al Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.*

*A las Doctoras Georgina Sosa, María Esther Navarro y Virginia Valdivia por confiar en mí y darme la oportunidad de ser profesor adjunto en la facultad y participar en proyectos académicos. Por supuesto, también al Doctor Jorge Cadena-Roa y al equipo de Comeco por toda la experiencia y trabajo en conjunto desarrollado.*

*A quienes fallecieron por causa de la pandemia por covid-19.*

## Introducción

La presente investigación aborda de forma teórica y empírica uno de los fenómenos de comunicación más complejos en la política moderna: el escándalo político. Para ello, trata de explicar cómo y por qué *la casa blanca de Enrique Peña Nieto* impactó en la percepción que la ciudadanía manifestó sobre su desempeño como titular del ejecutivo, es decir, la relación del escándalo político mediático y la aprobación presidencial.

Por un lado, la aprobación presidencial (AP) puede ser vista como la percepción registrada de la ciudadanía sobre el trabajo realizado por sus gobernantes, pero también debe entenderse como una evaluación periódica sobre quienes ejercen el poder político. Así, la AP se ha constituido como una herramienta estadística y política para conocer el estado de la relación entre los gobernantes y los gobernados, un termómetro imperfecto si se quiere pensar de manera simbólica.

Por otro lado, el escándalo como producto de la comunicación humana ha trascendido desde tiempos remotos, por lo que su presencia en la vida diaria está normalizada. Sin embargo, los cambios tecnológicos y los medios de comunicación han modificado su dinámica y las formas en las que se hace presente en la modernidad (Thompson, 2001).

El presente trabajo trata de responder ¿por qué y cómo el escándalo político la casa blanca de Enrique Peña Nieto impactó en la aprobación presidencial de su sexenio 2012-2018? El supuesto de esta investigación reside en que el escándalo político de la casa blanca tuvo la posibilidad de ser contenido o controlado en su fase pre revelación mediática. Al no ocurrir esto y ya en su ascenso como escándalo mediático, la estrategia de comunicación pudo minimizar las consecuencias de la publicidad; mientras que en la fase de recuperación faltaron acciones de comunicación que consiguieran recuperar la confianza y reputación perdida del presidente, lo que no sucedió de forma efectiva.

Aún si se hubiese hecho lo anterior, la aprobación presidencial no hubiese alcanzado niveles más altos durante el resto del sexenio porque la cantidad de escándalos y problemas previos a la casa blanca comenzaron un clima de desconfianza general que se consolidó con este último, lo que provocó un efecto negativo (desaprobación) en la percepción sobre el presidente.

Para el desarrollo de esta investigación de corte principalmente cualitativo se recurre a un marco teórico-conceptual que permite analizar la información obtenida de la realidad.

Para el análisis práctico del escándalo tripartito de la casa blanca (variable independiente o explicativa) y la relación con la aprobación presidencial (variable dependiente o a explicar) se recopilan notas periodísticas, comunicados y videos.

Además, a partir de una base de datos que recupera datos sobre diversas encuestas de la aprobación presidencial de Enrique Peña Nieto, se analiza la percepción de la ciudadanía sobre el presidente. Además, se analizan más de mil primeras planas de los principales periódicos a nivel nacional, con el objetivo de medir la presencia mediática del escándalo tripartito (duración e interés).

La selección de medios se realiza a partir de los catálogos de medios que el INE realizó para los años 2014 y 2015. A partir de estos se hizo una discriminación para ubicar a aquellos medios que tuvieran una circulación nacional, de lunes a domingo, cubrieran diversas secciones (los periódicos deportivos no fueron escogidos), y que además siguieran vigentes en los años analizados.

En resumen, esta investigación intenta explicar y entender el proceso de un escándalo político-financiero mediático y su relación con la aprobación presidencial. Para ello busca construir puentes que interconecten los conceptos desde lo empírico y lo teórico: por un lado, revisa el papel de la opinión pública para criticar, evaluar y actuar frente a las transgresiones en la esfera política; y por el otro indaga sobre el valor que la confianza y la reputación tienen en la política moderna.

La estructura del texto se divide en cinco capítulos. Los primeros dos abordan el marco teórico: el primer capítulo realiza un recorrido por el escándalo en la vida diaria y su versión moderna, la mediática. De igual forma se adentra en la discusión sobre la versión política de este fenómeno de comunicación y los puntos centrales para comprender su propia dinámica. Finalmente, el capítulo termina con una aproximación conceptual sobre la necesidad de gestionar o controlar la comunicación en un escándalo político mediático, desde la comunicación de crisis.

El capítulo dos ahonda en la construcción teórica de la opinión pública y la importancia de ésta para las democracias modernas, para luego recopilar y discutir brevemente la historia de la aprobación presidencial, sus aportes y pendientes con respecto al escándalo político. El capítulo finaliza con el abordaje conceptual y pertinente de la confianza y la reputación como valores y recursos de la política moderna. En ambos

capítulos, un tema transversal es la constante discusión sobre el papel de los medios de comunicación tanto en las democracias y en la opinión pública, como en los escándalos políticos.

Para el capítulo tres se desarrolla el marco referencial en el que sucede el escándalo político. Este se construye principalmente con notas periodísticas, textos académicos, sitios web con información pública, material audiovisual y el libro de los periodistas Lizárraga, Huerta, Cabrera y Barragán sobre la casa blanca del expresidente Peña Nieto. La primera parte de este capítulo recupera el presidencialismo mexicano y el contexto inicial del sexenio (el regreso del PRI a la presidencia, el Pacto por México y los cambios constitucionales); posteriormente se detiene para describir los casos Tlatlaya y Ayotzinapa, sin los cuales sería imposible entender el presente trabajo.

La siguiente parte del capítulo narra y describe el inicio de la temporada de escándalos políticos financieros que se dieron a conocer entre noviembre y diciembre de 2014. Es decir, se aborda la problemática alrededor de la licitación del Tren de Alta Velocidad México-Querétaro, la casa blanca del presidente y la primera dama, y las propiedades inmobiliarias del Secretario de Hacienda y Crédito Público; los tres relacionados con el mismo grupo empresarial. El capítulo cierra con algunos sucesos relevantes después del año 2014 y cifras de la economía nacional y los casos de corrupción del final del sexenio.

El capítulo cuatro es el análisis del escándalo tripartito político financiero mediático. En este se entrelazan los conceptos teóricos, se analiza y discute la pertinencia de las acciones del equipo del presidente frente al caso, así como el papel de los medios de comunicación y la opinión pública con respecto a las transgresiones reveladas, por un lado; Por el otro, se da cuenta de los efectos en la aprobación presidencial y las consecuencias de los escándalos. Este capítulo finaliza con la discusión sobre el clima de desconfianza generado y los aciertos y errores cometidos desde Presidencia.

El último capítulo se dedica a recuperar los puntos centrales de la investigación, criticar los avances y retrocesos del propio texto, así como realizar algunas aproximaciones derivadas del caso de análisis que versan sobre el papel de los medios de comunicación, la opinión pública (aprobación presidencial), la confianza y la reputación, los climas de desconfianza y los escándalos políticos, todo esto sin perder de vista las posibles repercusiones para las democracias.

En la actualidad, el escándalo político es parte de la vida diaria de las sociedades, por lo que resulta pertinente realizar estudios desde la comunicación política para comprender la manera en que un hecho se hace público y se mediatiza, para luego convertirse en un acontecimiento mediático político único y con consecuencias que no siempre son claras para quienes están en el epicentro del proceso. Además, estos implican a una serie de actores políticos relevantes de una sociedad y las decisiones que toman.

Otra de las razones para investigar sobre este tema es que, al menos para México, el análisis de los escándalos políticos y la aprobación presidencial son muy recientes y escasos desde la perspectiva de la comunicación. En ese sentido, al estudiar estos fenómenos de la comunicación y la demoscopia se profundiza en las relaciones y consecuencias que se dan entre los sujetos implicados, así como en los impactos probables en la esfera política y en las democracias, que en este caso se refiere a México.

En última instancia, a través de la investigación está la pregunta sobre cómo un acto político de un gobernante (o de alguien de su entorno) puede convertirse en un escándalo bajo ciertas condiciones, y en otras no; sobre todo cuando se reflexiona en la magnitud de la transgresión original, que a veces es una transgresión mínima, pero le sigue un escándalo mayúsculo y viceversa. Centrarse en la resolución y las consecuencias de un escándalo es un viaje por comprender el comportamiento humano desde la comunicación social o interpersonal, pero también un trayecto revelador de dinámicas dentro de la esfera política.

De esta manera, el presente texto puede ser de ayuda para quienes desean iniciar investigaciones sobre los escándalos políticos y su relación con la opinión pública, en específico con la aprobación presidencial. Aquí también subyacen las esperanzas por contribuir al conocimiento en las ciencias sociales, pero sobre todo a la comunicación política. Espero que las y los lectores lo encuentren provechoso.

Finalmente, esta investigación es resultado de un gran esfuerzo por poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de casi una década desde la etapa de bachillerato hasta los estudios universitarios. Agradezco a quienes a lo largo de este trayecto aportaron a la consolidación de este texto, en especial al cuerpo docente que estuvo siempre dispuesto a darme consejos como lo fueron las y los profesores de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, pero también a las y los investigadores del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.

Tres menciones más muy importantes, a mi estimada asesora María Marván Laborde, con quien tuve la fortuna de coincidir en esta vida, a la profesora Georgina Sosa y al Consejo Mexicano de Ciencias Sociales (COMECOSO) por el apoyo que me brindó cuando realicé el servicio social.

## **1. El Escándalo político**

### **1.1 Comunicación política y escándalo**

En este capítulo se abordan los conceptos teóricos necesarios que permiten el análisis de los escándalos políticos en la época actual. En un primer momento se revisa qué es el escándalo desde su versión tradicional, mediática y política. Posteriormente se revisan tres aspectos importantes para el análisis: los medios de comunicación masiva, las consecuencias del escándalo político, el manejo y resolución de escándalos<sup>1</sup>.

Este apartado también recupera el concepto de la Comunicación Política porque ésta enmarca y relaciona de manera clara al escándalo político con la comunicación (política). De tal suerte que este breve recorrido también sirve para exponer la relación con el manejo y resolución de escándalos.

De esta manera, analizar los escándalos políticos desde la comunicación política implica retomar el modelo básico o tradicional de Wolton (1998)<sup>2</sup>; él señala que la comunicación política es un espacio o arena en la que se confrontan los discursos (acciones, decisiones y enunciaciones) de tres actores legítimos para hablar de política: los políticos, periodistas y la opinión pública (sondeos).<sup>3</sup> Por un lado, el autor señala que los políticos son el elemento esencial por la actividad que realizan. En este sentido, son ellos y sus acciones quienes generalmente se vuelven el epicentro de la comunicación política y, por supuesto, de los escándalos políticos<sup>4</sup>.

En cuanto a los periodistas, Wolton (1998, p.37) considera que son ellos quienes “observan y relatan los hechos de la política sin que nunca, por sí mismos, puedan hacerlos,

---

<sup>1</sup> Debe considerarse que esta rama dentro de la comunicación no es nueva, pero tiene un auge reciente desde la perspectiva empresarial, política y publicitaria. Estas nuevas perspectivas la han llamado “Comunicación de Crisis” o “Comunicación de emergencias” para las cuales puede revisarse a Carlos Pont-Sorribes, Francisco Marín, Rafael Santana Villegas, María José Canel y Karen Sanders, por mencionar algunos.

<sup>2</sup> Otras definiciones se refieren a la comunicación política como “uno de los tres procesos (junto con el del liderazgo político y las estructuras de grupo) de intervención por medio del cual se movilizan y transmiten las influencias políticas entre unas instituciones gubernamentales formales y el ciudadano votante” (Eulau, Eldersveld y Janowitz 1956 en Canel, 2006, p. 20); “el papel de la comunicación en el proceso político” (Chaffee 1975:15) o como “la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos), en la que, como resultado de la interacción, se produce un intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas así como la aplicación de éstas en la comunidad”. (Canel, 2006, p. 27).

<sup>3</sup> Estos mismos actores son quienes se ven involucrados en los escándalos políticos mediáticos, y cuyo papel deberá ser analizado con detenimiento

<sup>4</sup> Sin embargo, puede entenderse que este tipo de escándalos tiene su naturaleza o raíz en la política y los políticos.

son los cara a cara de los políticos”. Al menos desde el punto teórico del derecho a la información<sup>5</sup>, dichas acciones repercuten en las esferas política y pública ya que gracias a la circulación de información y a su misma relevancia la ciudadanía puede evaluar las condiciones socio políticas de su entorno, y con ello tomar las decisiones políticas que mejor consideren para su persona y la sociedad.

Si bien es cierto que los periodistas son un eje importante dentro de las democracias, el papel que juegan no siempre responde a un deber ser (deontológico), pues muchas veces son parte de un medio masivo de comunicación (empresa) que tiene ciertas reglas<sup>6</sup> o “maneras” de presentar la información. Esta distinción obliga a tener en cuenta otros elementos específicos sobre las dinámicas de los medios de comunicación<sup>7</sup>.

Finalmente, Wolton (1998, p. 37) se refiere a la opinión pública<sup>8</sup> como sondeos, cuyo objetivo “es reflejar lo mejor posible una realidad que no tiene existencia objetiva sino a través de la elaboración que de ella hacen”. Este supuesto lleva a entender a la opinión pública como algo homogéneo, con un cierto consenso e inmutable con respecto a algún tema. Sin embargo, como también lo menciona el autor, los sondeos son una fotografía parcial que representa lo más fiel posible el estado y la percepción de los ciudadanos sobre un tópico, personaje o situación.

Aunque el modelo de comunicación de Wolton ha sido discutido y por algunos refutado, este permite comprender tres ideas básicas para los escándalos políticos:

a) El público no está ausente en la comunicación política, menos en los escándalos políticos. “La comunicación política no es solo el intercambio de los discursos de la ‘clase política y mediática’” (Wolton, 1998, p. 35). Es decir, la opinión pública aún con toda su complejidad para ser escuchada y atendida por completo, se expresa por diferentes

---

<sup>5</sup> De acuerdo con Miguel Carbonell (2006), el derecho a la información y el derecho de acceso a la información son características base de las democracias avanzadas, ya que estos permiten el desarrollo autónomo e integral de los individuos. En México estos derechos se consagran como fundamentales en el artículo 6º y 14 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

<sup>6</sup> Algunas veces plasmadas en códigos de ética, algunas otras como instrucciones verbales que se dictan a empleados de una empresa, pero que al final del día los periodistas o trabajadores deciden seguir o no.

<sup>7</sup> Estos elementos se revisan en un apartado específico de este capítulo.

<sup>8</sup> Aunque en una perspectiva más teórica y crítica se puede entender a la opinión pública como las “tareas de crítica y de control, que el público de los ciudadanos de un estado ejercen de manera informal (y también de manera formal en las elecciones periódicas) frente al dominio estatalmente organizado.” (Habermas 1964 en Boladeras, M. 2001, p.54).

canales, en diversos momentos y con distintos actores, que de algún modo encuentran la manera de influir en las dinámicas de su sociedad.

En los escándalos políticos su papel de simples espectadores (pasividad) puede transformarse en uno donde su participación determine el rumbo de la situación. Piénsese en los sondeos y las encuestas que recopilan la opinión de los ciudadanos sobre nuevos proyectos para el transporte público; o en la posibilidad de votar a favor o en contra de un cierto candidato.

b) En situaciones de crisis, como pueden ser los escándalos políticos, “la urgencia de la situación, la importancia de la acción y de las decisiones que se han de tomar colocan al político en el centro de la comunicación política” (Wolton, 1998, p.40). En un mundo donde casi todo ha adquirido una mayor publicidad<sup>9</sup>, en especial la política, todo hecho que resulte relevante y transgresor para una sociedad puede convertirse en una crisis que ponga en entredicho la estabilidad de un gobierno.

c) A partir de este modelo se hace hincapié y revaloriza a la comunicación política como eje fundamental de las democracias. Estas reglas escritas y no escritas permiten un determinado funcionamiento del modelo de comunicación política, en donde al menos estos tres actores deben tener cabida y herramientas para influir en la esfera pública.

En este sentido, el modelo de Wolton parece concordar con los tres actores básicos que participan en los escándalos políticos. Además, permite dimensionar que los escándalos como fenómeno de estudio de esta disciplina y desde la praxis (control y resolución) son parte de la comunicación política en todo sentido.

Al alejarse de la confrontación de discursos se pueden observar las diversas dinámicas y relaciones que estos actores realizan, sobre todo porque en situaciones de crisis “los políticos no garantizan este dominio de la comunicación política, el riesgo está en que sean los medios los que lo hagan” (Wolton 1998, p.40).

Así, la comunicación política es la clave para mantener el poder (legitimidad y aprobación) frente a los otros (políticos, medios de comunicación y opinión pública) sin la necesidad de utilizar la violencia física, pero también es el pulmón de las democracias en donde la información y la expresión pública de las opiniones influyen en la vida colectiva.

---

<sup>9</sup> En el sentido en que Habermas entiende la publicidad. Véase *Historia y Crítica de la Opinión Pública*.

Por ahora, resta ahondar en el escándalo (político y mediático), el papel de los medios de comunicación como punto clave e intermedio entre los gobernantes y los ciudadanos, así como en el manejo y resolución del escándalo en términos de comunicación, por parte del gobierno.

## 1.2 El Escándalo

De origen griego (*skándalon*) y del latín tardío (*scandālum*), la palabra escándalo hace referencia a un alboroto o tumulto; un hecho o acciones que son “considerados inmorales o condenables y que causan indignación y gran impacto públicos”; o que también son considerados como un desenfreno, desvergüenza o mal ejemplo<sup>10</sup>.

No muy lejos de esta definición se encuentra la del diccionario Oxford (2019): “algo que impacta o impresiona a las personas porque piensan que ese “algo” es muy malo<sup>11</sup>; o bien como un “estallido” de indignación pública causado por algo impactante o vergonzoso<sup>12</sup>. Desde una visión histórica y religiosa, de acuerdo con Canel y Sanders (2006, p. 36), el concepto se explica como “una piedra colocada en el camino de alguien y, por extensión, cosas que llevan a los demás por un mal camino o les hacen perder la fe”<sup>13</sup>.

Bajo esta misma línea, Thompson (2001) explica que “escándalo” se refería una prueba de fe, un obstáculo a superar. Posteriormente el uso de la palabra cambió y paulatinamente dejó su significado religioso para insertarse en nuevos terrenos, (Thompson, 2001), lo que significaría un carácter laico, pues sus renovadas conceptualizaciones lo entendieron como acciones o afirmaciones injuriosas, acontecimientos indignos o conductas que ofendan a la moral y a la decencia<sup>14</sup>.

Una de las definiciones más modernas es la de Thompson (2001, p.32), quien conceptualiza el término escándalo como “aquellas acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de transgresiones que son puestos en conocimiento de terceros y que resultan lo

---

<sup>10</sup> De acuerdo con la Real Academia Española (2020).

<sup>11</sup> Traducción propia. El texto original dice: “something that shocks people because they think it is very bad”. Oxford. 2020.

<sup>12</sup> Traducción propia. El texto original dice: “an outburst of public indignation caused by something shocking or disgraceful”. Oxford. 2020.

<sup>13</sup> Traducción propia. El texto original dice: “In this religious context, scandal came to mean a stumbling block placed in someone's path and, by extension, things that lead others astray or make them lose their faith”. Canel y Sanders (2006, p. 36)

<sup>14</sup> Para tener las definiciones exactas se recomienda revisar el capítulo “¿Qué es un escándalo?” en *El Escándalo Político* (2001) de John B. Thompson.

suficientemente serios para provocar una respuesta pública”. Esta definición tiene la flexibilidad para abarcar a la mayor parte de fenómenos a los que podemos llamar escándalos, ya que esta toma en cuenta cinco características:

a) Su ocurrencia o existencia implica la transgresión de ciertos valores, normas o códigos morales. b) Su ocurrencia o existencia implica un elemento de secreto u ocultación, pero ello no obstante llegan a ser conocidos por individuos distintos a los directamente implicados; o bien esos individuos tienen motivos para creer fundadamente que existen tales elementos de secreto u ocultación (me referiré a estos individuos con la expresión “no participantes”). c) Algunos no participantes desaprueban las acciones o los acontecimientos y pueden sentirse ofendidos por la transgresión; d) Algunos no participantes expresan su desaprobación denunciando públicamente las acciones o los acontecimientos; e) La revelación de las acciones o los acontecimientos y la condena que recae sobre la conducta pueden dañar la reputación de los individuos responsables (aunque no siempre ni necesariamente sea el caso, como veremos). (Thompson, 2001, p.32)

Cada una de las características antes mencionadas le dan más sentido al concepto de “escándalo político”. Como primer punto, Thompson (2001) menciona que es una transgresión, es decir, la acción realizada rompe ciertas reglas (escritas o no) dentro de una sociedad determinada. Sin embargo, el quebrar estas normas es solo el primer paso para iniciar un escándalo, puesto que será necesario que el acto logre indignar al público, es decir, que tenga una alta capacidad moral vinculante<sup>15</sup>, ya que de lo contrario la revelación de este no tendrá la fuerza necesaria para detonar el escándalo.

Por ejemplo, décadas atrás la sociedad mexicana tenía reglas morales más estrictas sobre la homosexualidad. Las personas con esta orientación sexual no eran bien vistas, no contaban con ciertos derechos y sus expresiones públicas eran censuradas y reprobadas por un amplio sector de la población. Actualmente existe un mayor respeto hacia dichas personas, lo que implica que las normas y sanciones que proscriben estas conductas se han atenuado paulatinamente, y ya no son una fuente de escándalo tan fácil.

---

<sup>15</sup> El autor refiere que “el escándalo surgirá únicamente si esas reglas, convenciones o leyes poseen algún grado de fuerza moral vinculante y tan solo en caso de que la infracción sea considerada por terceros como una violación suficientemente seria e importante para merecer una enérgica expresión de censura.” (Thompson, 2001, p.52).

Cuando Thompson se refiere a un elemento de secretismo no hace más que indicar que el acto se realizó en privado, por lo que el conocimiento de este es restringido a los demás. Es decir, por lo general sólo los participantes conocen lo sucedido. Sin embargo, cuando el actuar fue en privado hay dos acciones (muchas veces en tensión): quienes saben que la acción constituye una transgresión tratarán de mantenerlo oculto; mientras que quienes tienen un cierto interés en las consecuencias que el hecho causará, harán su mayor esfuerzo por exponerlo al público.

Además, cuando el acontecimiento se da en un espacio público o de alta visibilidad, para los individuos que no son participantes del acto no hay una fase de secretismo *per se*, pero si hay un intento por ocultarlo; Aunque en dichas situaciones haya muy poco por hacer, ya que la publicidad obtenida será el detonador para que este sea retomado por más personas y lo medios de comunicación.

En un escándalo tradicional o circunscrito existen dos tipos de individuos involucrados (Thompson, 2001): los participantes y los no participantes. De estos últimos, algunos desaprobaban los acontecimientos y se sienten ofendidos por los hechos. Cabe recalcar la necesidad de que exista un grado alto o fuerte de capacidad moral vinculante.

Bajo el entendido de que alguna situación cumple con los requisitos anteriores, una de las etapas posteriores será que algunos no participantes expresen su desaprobación públicamente hacia los acontecimientos y los involucrados. En cierta medida, a magnitud o el impacto del escándalo depende de la indignación y desaprobación que genere en la sociedad en público.

Por ejemplo, en un régimen totalitario las expresiones de descontento o en contra de un gobierno no son permitidas públicamente. En el supuesto de que existiera una transgresión de alta capacidad moral vinculante que involucrara a altos miembros del gobierno, lo más probable sería que no se convirtiera fácilmente en un escándalo porque la sociedad tiene ciertas restricciones para expresar su desaprobación.

Finalmente, cuando un acontecimiento logra convertirse en un escándalo es tiempo de hablar de las consecuencias: estas pueden dañar la reputación y la confianza de los individuos involucrados. Como se verá más adelante, en algunos casos la desaprobación pública se puede traducir en desconfianza personal y política, al mismo tiempo que puede generar daños colaterales en individuos, instituciones o la sociedad en general.

A partir de estas conceptualizaciones se pueden identificar puntos en común. (1) El escándalo es más sobre la reacción que produce en otros (impacto, indignación o desviación) que el acto en sí. Para obtener una idea sobre la posible reacción ante una transgresión será conveniente, pues, el estudio de la cultura de cada sociedad. (2) La acción debe hacerse pública para los demás, porque solo en lo público puede haber escrutinio, para luego dar paso a sanciones legales y represiones sociales, si fuera el caso.

### ***1.2.1 Escándalos Circunscritos y Escándalos mediáticos***

Sentadas las bases sobre el escándalo, es tiempo de realizar ciertas precisiones y agregar nuevos elementos para el análisis de este fenómeno. Bajo la idea de Thompson (2001), hay una diferencia entre los escándalos que solo se dan en contextos de co-presencia y los que rebasan los límites de la interacción física presencial gracias a las tecnologías de la comunicación.

**Tabla 1**  
**Escándalos circunscritos y escándalos políticos**

<b><i>Características</i></b>	<b>Escándalos circunscritos</b>	<b>Escándalos mediáticos</b>
<i>Tipo de transgresión</i>	Predomina la de primer orden	De primer y segundo orden
<i>Tipo de publicidad</i>	Publicidad tradicional de copresencia	Publicidad mediática
<i>Forma de revelación</i>	Comunicación cara a cara	Comunicación mediata
<i>Modalidad de censura</i>	Comunicación cara a cara	Comunicación mediata
<i>Fundamento de las evidencias</i>	Relativamente efímero	Relativamente efímero
<i>Marco espacio-temporal</i>	circunscrito	No circunscrito

**Fuente: Thompson, 2001, p. 92**

De la tabla 1 se extraen las siguientes características para los escándalos circunscritos: predominan las transgresiones de primer orden, la publicidad que recibe es tradicional de copresencia, tanto la forma de revelación y la modalidad de censura son del tipo cara a cara,

mientras que el fundamento de las evidencias es relativamente efímero y el marco espacio tiempo es circunscrito<sup>16</sup>, de ahí el nombre.

Cuando el autor habla de transgresiones de primer orden se refiere a aquellas transgresiones “de valores o normas que tienen algún grado de fuerza moral o de capacidad vinculante.” (2001, p. 93). Es decir, aquella acción que por su gravedad dentro de una sociedad es objeto de un fuerte juicio público. Por ejemplo, el asesinato de algún político o actos corrupción entre servidores públicos y empresas.

De manera específica, este tipo de escándalos se rigen por el contexto físico en donde todo es visto u oído por los otros. De ahí que la publicidad sea de co-presencia, es decir, al momento de que algún individuo realiza un acto contra las reglas sociales, puede haber personas en el mismo espacio tiempo que conozcan los hechos.

Por esa misma razón la forma de revelación (de hacerse público) y la modalidad de censura implica una comunicación cara a cara: un sujeto participante o no participante informa a otro(s) sobre dicha transgresión. Esto se traduce en el incremento de personas que conocen el hecho, lo que a su vez puede aumentar la censura.

Este tipo de escándalo es diferente del mediático debido a que sus características se ajustan a las situaciones en donde la comunicación no necesita mediación alguna para que los no participantes conozcan lo sucedido. Por lo tanto, su ámbito se reduce a lo local: sociedades y contextos en donde los individuos se reconocen e interactúan de forma física, principalmente.

Finalmente, Thompson (2001) señala que las evidencias en los escándalos son importantes porque dan cuenta de la transgresión, y que en el caso de los circunscritos éstas son poco duraderas dado el tipo de interacción. Pero cabe repensar esta posibilidad ya que las evidencias pueden quedar fijadas en algún tipo de material (papel, vestimenta, un artefacto manual). En el sentido de Thompson, la capacidad de las pruebas para perdurar en el tiempo ayuda a sustentar y dar vida al escándalo. Cuanto más difícil sea borrar las evidencias, más difícil será negar un acto.

A diferencia de los circunscritos, los mediáticos son un tipo de escándalo con mayor complejidad que proviene de la mediatización. Gracias a los medios de comunicación la

---

<sup>16</sup> Del verbo circunscribir que, de acuerdo con la Real Academia Española (s.f), significa “Reducir a ciertos límites o términos algo.”

dinámica de los escándalos se modifica de tal manera que aumenta la posibilidad de tener menos control sobre las situaciones. Por lo tanto, el desenlace y las consecuencias son menos predecibles.

La primera diferencia entre los circunscritos y los mediáticos son las transgresiones, las cuales pueden ser de primer o segundo orden. Dice Thompson (2001) que:

Mientras que los escándalos circunscritos están vinculados en la mayoría de los casos con transgresiones de primer orden (esto es con la transgresión de valores o normas que tienen algún grado de fuerza moral o de capacidad vinculante), los escándalos mediáticos es más probable que impliquen una mezcla de transgresiones de primer y segundo orden. (p. 93)

Entendiendo a las de primer orden como aquellas con gran capacidad moral vinculante, y a las de segundo como aquellas acciones que por lo general tratan de ocultar a las primeras, o al menos desviar la atención. Si fuera el caso de una transgresión sexual, los implicados harían lo necesario para negar, ocultar o refutar la acusación. Y para ello estarán dispuestos a romper otras reglas, pero de no salir bien esto provocaría ser descubiertos por dos o más transgresiones.

En esta versión los medios de comunicación son importantes porque a través de ellos y por ellos las transgresiones se convierten en escándalos. En este sentido, la publicidad corresponde a una comunicación mediática, es decir, a la intervención de los medios de comunicación en la dinámica del escándalo. Debido a que cada escándalo tiene su propia dinámica, las maneras en que los medios de comunicación se enteran, apropian y difunden los hechos serán distintas.

Por otro lado, gracias a las tecnologías de la comunicación la barrera del espacio tiempo<sup>17</sup> se desdibuja, lo que implica que otros no participantes ubicados lejos del acontecimiento puedan conocerlo e interactuar en el proceso. Estos avances también influyen en la forma en que se revela el acto y la censura de este: ambas se hacen de manera mediática.

Una vez que el hecho está en lo público suceden dos cosas: la primera es que muy difícilmente podrá regresar a ser un tema exclusivo de la esfera privada y/o local. La segunda es que al hacerse visible para muchos, aunque el hecho no sea de interés público, puede

---

<sup>17</sup>Gracias al avance en las tecnologías de la comunicación hay un registro, más o menos perdurable, de varios escándalos del pasado. En muchos casos es claro que solo sirven como información, pero no se puede ser parte de la manifestación pública de una postura que repercuta dado que el hecho ya sucedió.

convertirse en un tema para la opinión pública, quien justamente será la encargada de aprobar o desaprobar los actos en la esfera pública, y con ayuda de los medios de comunicación esa censura será más visible. En este sentido, en comparación con los escándalos circunscritos:

Los individuos expresan su desaprobación a otros en un gran número de escenarios de comunicación [...]. La repetida articulación de actos de habla negativos produce un clima localizado de desaprobación moral. En el caso de los escándalos mediáticos, por el contrario, las formas abiertas de la comunicación mediata constituyen el principal modo de la desaprobación. (Thompson, 2001, p. 99-100)

Una diferencia más entre estas dos versiones de escándalo es que las evidencias, las pruebas que son el sustento de la transgresión, quedan fijadas con una mayor permanencia en videos, cintas, cartas, fotografías, periódicos, revistas, etc. En un sentido material, la circulación de la información dependerá del soporte y de la facilidad de este último para compartirse, algo a lo que Thompson llama *reproducción mediática ampliada*<sup>18</sup>.

Una vez dejadas en claro las diferencias entre los tipos de escándalo, es momento de señalar aquellos componentes que lo integran. En cualquiera de sus dos versiones (circunscrito o mediático), un escándalo cuenta con ciertos ingredientes básicos, los cuales permiten analizar de manera más clara los hechos, actores y acciones durante el proceso.

De acuerdo con Jiménez Sánchez (1997, p.312), los escándalos tienen factores internos y externos que se deben tomar en cuenta. Con respecto a estos últimos están los contextos culturales, institucionales y temporales, así como los actores; mientras que los propios o internos, son la transgresión, las fases del escándalo y las consecuencias.

Por otro lado, Canel y Sanders (2006) mencionan que los componentes del escándalo<sup>19</sup> son los actores, la trama, el drama, y el drama moral. Estos ingredientes son parte de las narrativas que los medios utilizan para contar historias, y de algún modo incidir en la sociedad. En este sentido, las autoras ahondan en el enfoque que los medios eligen para contar la historia de un escándalo.

---

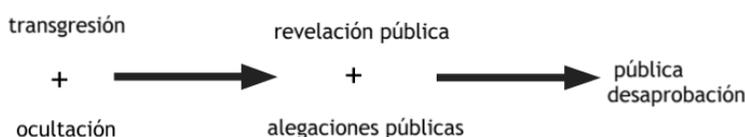
<sup>18</sup> “A través de este «proceso de reproducción mediática ampliada» la evidencia puede circular rápidamente, y alcanzar una vasta difusión, avivando así las llamas de un escándalo que, pese a los esfuerzos que tratan de limitar los daños puede encontrarse fácilmente fuera de control” (Thompson, 2001, p. 103-102).

<sup>19</sup>Canel y Sanders (2006) los consideran más bien como parte de las narrativas de los escándalos mediáticos, en donde los medios de comunicación se encargan de crear historias con cierta narrativa para audiencias específicas.

Por su parte, Thompson (2001) considera que los escándalos tienen los siguientes elementos: actores, transgresión (es), ocultación, revelación pública, alegaciones y una desaprobación pública (figura 1). “En la práctica, la mayoría de los escándalos son acontecimientos complejos que implican diversos factores y circunstancias contingentes, y que rara vez se asemejan a una pauta lineal y sencilla del primer modelo” (Thompson 2001, p. 45); razón por la que agrega tres ingredientes más: los desmentidos públicos y contra alegaciones, nuevas investigaciones y revelaciones; y transgresiones de segundo orden.

**Figura 1**

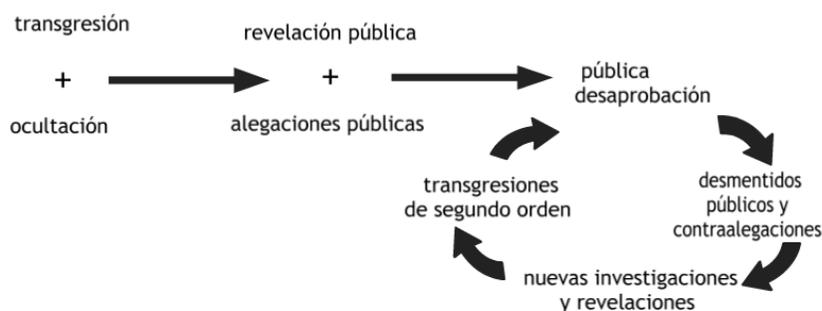
**Los ingredientes básicos del escándalo**



**Fuente: Thompson, 2001, P.45**

**Figura 2**

**Algunos elementos de los escándalos más complejos**



**Fuente: Thompson, 2001, P.45**

A grosso modo, la perspectiva de Thompson en el segundo esquema (figura 2) permite visualizar de manera más sencilla la forma en que se integran y combinan los elementos de un escándalo. A partir de ambos esquemas se pueden inferir varias cosas:

(1) Parece existir una secuencia “natural” que todo escándalo debe seguir, la cual se analiza más adelante. (2) Se puede observar que en la figura 2 se dibuja la posibilidad de iniciar un ciclo en donde el escándalo se vuelva más complejo, lo que implica que cada nuevo

bucle puede integrar más transgresiones, más revelaciones y más actores. En este sentido, el manejo y fin de un escándalo no será sencillo.

(3) Ninguno de los esquemas incluye la participación de los medios de comunicación, por lo que cabe preguntarse dónde se ubican los medios de comunicación. Finalmente, (4) de alguna manera los esquemas y el análisis hecho por Thompson recuperan las perspectivas de los otros autores antes mencionados. Esto permite considerarlo como la propuesta más completa sobre el escándalo.

Ahora bien, desde la perspectiva de Thompson (2001), Canel y Sanders (2006) y Jiménez (1997) los escándalos no siguen una estructura lineal durante su desarrollo, esto se debe a que cada uno posee características únicas que los desenvuelven de manera especial. Es decir, el comportamiento de los actores varía en función de muchos factores, como su estatus social, cargos públicos que ocupen, contexto social y político; o bien por la manera en que los medios dan seguimiento a la transgresión, por mencionar algunos.

En un sentido similar, Sherman (1978 en Jiménez, 1997) propone seis etapas por las que un escándalo debe pasar: 1) revelación 2) publicación 3) defensa 4) dramatización 5) procesamiento 6) estigmatización. La perspectiva de dicho autor es interesante porque parte del análisis de escándalos de corrupción policial.

Por ejemplo, dice que la revelación es la puesta en público de información no conocida y novedosa; mientras que la publicación consiste en la mediatización de dicha información, ya que “quienes revelan la información no tienen generalmente recursos [...] para alcanzar publicidad” (1978 en Jiménez, 1997, p.321). Este punto podría ponerse en duda debido a que en las últimas décadas los equipos de investigación periodística se dedican a buscar y publicar información que se oculta por el impacto que puede causar su exposición.

En cuanto a la defensa, se refiere a las estrategias de comunicación y acción que realizan los involucrados para detener el escándalo; con lo que se da paso a la dramatización, es decir, un proceso público de discusión en el que las partes se enfrentan.

Para la etapa de procesamiento, Sherman (1978 citado en Jiménez 1997) considera que las instituciones encargadas del escándalo (juez o fiscal) deberán realizar un ajuste institucional para atender las responsabilidades. La última fase es la estigmatización, y junto con la anterior son parte de las consecuencias. Esta es importante porque marca un punto

importante donde la sociedad será quien estigmatice a los involucrados y en su caso los responsabilice.

Por otro lado, y no muy lejos de esta perspectiva, Thompson (2001) propone una estructura secuencial de los escándalos mediáticos<sup>20</sup>: a) la fase previa al escándalo, b) la fase propia del escándalo, c) la culminación y d) las consecuencias.

La fase previa al escándalo conlleva la transgresión, investigaciones y/o pesquisas relacionadas (información que más tarde tomará sentido), así como rumores o chismes que comienzan a señalar la posibilidad un escándalo de carácter mediático. A diferencia de algunos otros autores, él hace hincapié en que el escándalo no es la transgresión en sí, si no las reacciones que ésta genera. En una era gobernada por los medios de comunicación, “un escándalo mediático no comienza con la transgresión misma, sino más bien con el acto que la revela o con la alegación que convierte la transgresión original en un objeto conocido por el público” (Thompson, 2001, p.107).

La siguiente fase del escándalo es la exposición pública de los hechos. La publicidad de la transgresión es lo que realmente comienza el camino del escándalo. Esta parte es el inicio de un camino que puede ser largo y tortuoso para quienes cometieron, o no, la transgresión. “El escándalo propiamente dicho comienza con la pública exposición de una acción o acontecimiento que pone en marcha el proceso de alegaciones y contraalegaciones que constituye el escándalo mediático” (Thompson, 2001, p.108).

En el caso de los escándalos mediáticos, la publicidad expone a los involucrados de manera potencial ante una gran cantidad de no participantes. Aunque la exposición mediática sea muy pequeña, piénsese en un diario local muy pequeño o una página web poco visitada, esta puede bastar para lograr que otros medios retomen la información y escale hasta convertirse en un gran escándalo.

De acuerdo con Thompson (2001), durante esta etapa deben darse tres puntos: a) el proceso del escándalo se desarrolla por y a través de los medios; b) los intercambios discursivos sobre el escándalo (declaraciones y aclaraciones) serán en los medios, lo que

---

<sup>20</sup> Sin embargo, el autor hace ciertas precisiones que hay que tomar en cuenta: “el hecho de que estas informaciones evolucionen o no hasta convertirse en un escándalo plenamente desarrollado depende de los modos en que otras personas respondan a las revelaciones y a las explicaciones iniciales, [...]. El desarrollo temporal del escándalo mediático viene moldeado por los distintos ritmos de las organizaciones mediáticas y otras instituciones, como las instituciones políticas y judiciales, que desempeñan un papel clave en la exposición y en la interpretación de la información que es relevante en el escándalo.” (Thompson, 2001, p.106)

implica una batalla mediática por controlar el tiempo en pantalla y la opinión pública; c) los medios de comunicación, los periodistas, otros actores políticos y la audiencia serán participantes cuasi directos en el escándalo, lo que hará de este un acontecimiento mediático.

Una vez que el subproceso de alegaciones mediáticas termina, el escándalo debe llegar a su fase de culminación (Thompson, 2001). Este es un punto crítico en el proceso en el cual no hay retorno: o las acusaciones y las pruebas son innegables, la estrategia de control contuvo el avance del escándalo, o bien los responsables aceptaron su culpa, por mencionar algunos finales. Aunque existen diversas razones por las que un escándalo termina, todas llevan un paulatino desinterés público y mediático por el caso.

En la fase de las consecuencias se revisan los daños y se comienzan los trabajos de reparación en cuanto a confianza, reputación y aprobación. Aquí también se pueden incluir dimisiones, procesos legales, destituciones, revueltas sociales, cambios en el sistema social y político, pero también la “reflexión sobre los acontecimientos y sus implicaciones” (Thompson, 2001, p.110) por parte de especialistas, periodistas y políticos.

### ***1.2.2 Escándalo mediático***

Los escándalos no son sólo acontecimientos sociales son también mediáticos. Esta distinción no es menor, puesto que el ser humano ha vivido en un mundo en donde los medios de comunicación han transformado muchas áreas de la vida diaria. De acuerdo con Canel y Sanders (2006, p.47), uno de los ejemplos más notables de dichos cambios es que gran parte de las experiencias que una persona vive se realizan a partir de productos provenientes de los medios de comunicación<sup>21</sup>, al menos en la cultura occidental.

Partiendo de este supuesto, actualmente hay un reducido campo en el que los seres humanos pueden desarrollarse sin la mediación o injerencia directa e indirecta de los medios de comunicación. Desde una perspectiva sociológica, Thompson (1998) explica su *teoría de la interacción de los medios de comunicación*<sup>22</sup>: en ella los medios permiten la interacción social, la transforman y son transformados en el mismo proceso por y con los individuos.

---

<sup>21</sup> “In contemporary Western society most individuals derive their knowledge of major events not from direct personal experience (or from the personal experience of others), but from the products of the media industries such as books, newspapers, films and television programs.” (Canel y Sanders, 2006, p.47)

<sup>22</sup> Véase *Los Media y la modernidad: una teoría social de los medios de comunicación*, (1995) 1998.

Esto obliga a verles como una creación que, más allá de cumplir su función original, se desprende de esta misma y se transforma en lo que el usuario decide.

Es básicamente una concepción sociológica de los medios, en el sentido de que éstos son analizados a la luz de la interacción social que posibilitan y de la que ellos mismos participan. El uso de los medios de comunicación no sólo comprende la transmisión de información a individuos cuyas relaciones recíprocas permanecen inalteradas. Más bien, mediante su uso los individuos crean nuevas formas de acción e interacción que difieren en determinados aspectos de la interacción cara a cara que caracteriza a la mayor parte de nuestros encuentros en la vida cotidiana. (Thompson 2003, p.274)

En este sentido, tanto los medios de comunicación como lo que se transmite en ellos puede alterar nuestra forma de interactuar con los demás, así como la percepción que tenemos del mundo. Aunque esto no signifique que determine o controle el actuar de los seres humanos, más bien influye y refuerza comportamientos e ideas.

Con lo anterior se puede entender que los escándalos son acontecimientos sociales y mediáticos. Social porque el escándalo es “la transgresión de ciertos valores, normas o códigos morales” (Thompson 2001, p.32), los cuales (legales o no) deben ser compartidos y respetados por gran parte de una sociedad, ya que el quebrantamiento de estos puede llevar a la indignación moral.

Como acontecimiento mediático el escándalo parte de su componente social y agrega las características de los medios comunicación como agentes de la sociedad. Es decir, la capacidad de estos últimos de incidir la vida social. Por ello el escándalo, al ser parte de una construcción social que se da en los medios de comunicación, se convierte en un fenómeno mediático con elementos únicos que pueden impactar en los individuos.

Parte de los elementos que tiene un escándalo mediático son los simbólicos, en términos de Bourdieu, capital cultural. Este se entiende como el conocimiento, las prácticas y los productos creados por una sociedad, a lo largo de su historia, que le permiten a un individuo obtener ciertos beneficios dentro de su entorno. Este capital se observa en tres estados (Bourdieu, 2001): interiorizado, objetivado e institucionalizado. Para el presente trabajo sólo interesan los dos primeros.

El capital cultural interiorizado “está fundamentalmente ligado al cuerpo y presupone la interiorización (incorporación). La acumulación de cultura en estado incorporado [...],

presupone un proceso de interiorización, el cual, en tanto que implica un periodo de enseñanza y de aprendizaje, cuesta tiempo” (Bourdieu, 2001, p.139).

Aquello que una persona interioriza es el consumo individual de capital cultural objetivado, el cual “posee una serie de propiedades que solo son determinables en relación con el capital cultural incorporado o interiorizado. Así, el capital cultural es materialmente transferible a través de su soporte físico (por ejemplo, escritos, pinturas, monumentos, instrumentos, etc.)” (Bourdieu 2001, p.144), es decir, se consume en productos materiales e inmateriales.

En la época actual mucho del capital cultural occidental es producido y transmitido en los medios de comunicación como la televisión, la radio, la prensa y la internet. Parte de los contenidos simbólicos que se ven en los medios de comunicación tienen que ver con la música, los deportes, la literatura, los políticos, la salud y las celebridades, por mencionar solo algunos temas; y de cualquiera de estos siempre existirá la posibilidad de que surja un escándalo.

Una tendencia en los medios de comunicación, aunque no muy reciente, tiene que ver con crear historias atractivas para la audiencia, las cuales deben no solo exponer los hechos sino también enmarcarlas en el contexto. La importancia de elaborar narrativas en los escándalos reside en poder convertirlos en relatos populares que podrán ser transmitidos fuera de lo que suceda en los medios, ya que “es en cierto modo esta estructura abierta, unida al interés humano del escándalo como moderno cuento edificante, la que hace que el seguimiento de los escándalos se convierta para algunos en una fuente de placer y en un tema de conversación para muchos” (Thompson 2001, p.111-112).

Pero mientras el escándalo sea arcilla de los medios, este será un acontecimiento mediático narrativo “en el sentido de que están parcialmente constituidos por una variedad de narrativas mediáticas que se van refinando y revisando sin cesar a medida que se desarrolla el acontecimiento” (Thompson 2001, p.111).

Finalmente, una característica importante de los escándalos mediáticos y sus historias es el marco de interacción. En una situación de interacción cara a cara, sin medios de comunicación, existe un marco interactivo en el que dos individuos (o más) comparten ciertas convenciones o pautas de comportamiento. Por lo general, dice Erving Goffman a través de Thompson (2001, p.94), “un individuo que actúe dentro de ese marco deseará, en cierta

medida, adaptar a él su comportamiento, tratando de proyectar una imagen propia que sea más o menos compatible con el marco y con la impresión que el individuo desea transmitir”.

Para Goffman (1969) esas acciones mostradas conscientemente por un individuo a los otros constituyen las *regiones frontales*; mientras que las acciones que el individuo reserva para sí son las *regiones traseras*; y ambas se encuentran presentes en cada persona. Pero cuando los medios de comunicación inciden hay una alteración: la “interacción mediata implica por lo general una separación de los contextos en los que se hallan ubicados los participantes” (Thompson, 2001, p.95). Esto conlleva a un desdoblamiento de las regiones.

En su versión mediática, el escándalo y su historia son la región frontal producida y contada por los medios de comunicación y los involucrados; mientras que la región trasera contiene la información excluida por los medios, la no revelada por los participantes de la transgresión, y los intereses de varios actores (Thompson, 2001).

Como parte de este desdoblamiento y la separación entre las regiones, la información no revelada y, por lo tanto, desconocida tanto para los medios como para la audiencia puede ser la madera que mantenga encendido el escándalo. Es decir, la información oculta es susceptible a ser filtrada desde cualquier región trasera.

De pronto, acciones o acontecimientos que habían permanecido hasta ese momento ocultos resultan catapultados, a través de las formas mediatas de la comunicación, a unas regiones frontales en las que son visibles y observables para miles o millones de personas. Parte de la controversia asociada con los escándalos mediáticos, y con la conmoción y la indignación a que a veces dan lugar, puede deberse en ocasiones menos al carácter de la transgresión en sí como a la sorpresa y a la incomodidad generadas por la revelación de las formas de conducta propias de las regiones traseras, es decir, a la sorpresa y a la incomodidad generadas por la revelación de formas desagradables o incongruentes con la posición social y la imagen proyectada por los individuos implicados. (Thompson, 2001, p.98)

### 1.3 Medios Comunicación

A diferencia de los escándalos circunscritos, de los cuales no se puede precisar cuándo aparecieron, los escándalos mediáticos tienen más o menos una época definida en la que comenzaron a aparecer: fue con el uso regular de la imprenta, después del siglo XV, que los escándalos se concibieron como un fenómeno de alto impacto (Thompson, 2001).

Posteriormente, con el avance de las tecnologías y los medios electrónicos de comunicación el escándalo se consolidó como un acontecimiento mediático de gran envergadura. “Estos medios crearon, como hemos visto, un nuevo tipo de publicidad que permitió a los individuos emprender acciones y acontecimientos de mucha mayor visibilidad que en el pasado” (Thompson, 2001, p.67).

Como punto central del desarrollo de los medios de comunicación está el alcance y la visibilidad. Una de las grandes repercusiones de los medios de comunicación se encuentra en la forma en que alteró la publicidad en la vida social, es decir, en qué y cómo se hizo posible que más personas conocieran hechos que no estaban en su entorno inmediato.

Este tipo de visibilidad permite que los acontecimientos puedan “adquirir un tipo de publicidad- a la que llamaré «publicidad mediata<sup>23</sup>»- independiente de la capacidad que tengan para hacerse ver u oír directamente por una pluralidad de individuos copresentes” (Thompson, 2001, p.62).

A lo largo del siglo XX, los medios de comunicación experimentaron tres cambios que consolidaron su papel en las democracias y en otras áreas de la vida social (Thompson, 2001): a) La base económica y tecnológica de la prensa. Las primeras empresas de prensa eran pequeñas, locales y su alcance era limitado, pero con los “desarrollos tecnológicos de principios del siglo XIX revolucionaron las condiciones en que se producían los periódicos, haciendo posible que las imprentas realizaran tiradas más amplias” (Thompson, 2001, p.71), con lo cual llegaron a más personas y fortalecieron su presencia en la sociedad.

b) La consolidación del periodismo como profesión. Éste comenzó como prácticas convertidas en hábitos que pronto obtuvieron remuneración por recopilar información y redactar historias. A medida que los grupos de trabajo crecieron se instauraron convenciones sobre el cómo hacer la labor periodística. Estas pautas o recomendaciones para hacer

---

<sup>23</sup> En este sentido, también se debe entender que este tipo de publicidad no desplaza, contrarresta o elimina a la publicidad dada en contextos de copresencia.

periodismo destacaban “sobre todo el deber de revelar e informar sobre los hechos. Pero también reconocía la necesidad de presentar los hechos en forma de una historia que fuese amena, colorista y entretenida” (Thompson, 2001, p.81).

c) La relación entre la prensa y los partidos políticos<sup>24</sup>. Una relación con intereses de por medio: dos de ellos son el dinero dado por los partidos o el gobierno a los medios, y la afinidad política. “Los diarios baratos con grandes tiradas durante el siglo XIX alter[aron] en ciertos aspectos la relación entre la prensa periódica y los intereses de partido. Los diarios de tirada masiva dependían menos del apoyo económico de los partidos políticos” (Thompson, 2001, p.80).

Pero, ¿por qué los medios de comunicación se interesan tanto en los escándalos? Una de las razones es porque son acontecimientos ricos en capital cultural el cual puede objetivarse y, a partir de ello, obtener beneficios. Pero hay otras cuatro razones que incentivan a descubrirlos (Thompson, 2001): a) beneficios económicos, b) objetivos políticos, c) la propia imagen profesional, d) las rivalidades de la competencia entre profesionales.

(a) El beneficio económico. La cobertura y narrativa creada por el medio a partir de la transgresión es capital cultural objetivado que puede traducirse en, por ejemplo, más periódicos vendidos, mayor audiencia o más inversionistas, es decir, genera ingresos directos al medio.

Esta perspectiva parece totalmente interesada y fijada en el dinero. La información más que un recurso valioso para conocer lo que sucede en el mundo, sería solo una mercancía lista para el consumo de las masas. Sin embargo, esto no “quiere decir que, en el caso de que una específica organización mediática esté implicada en la revelación de algún material escandaloso [...], esa implicación deba venir necesariamente dictada por un objetivo comercial explícito” (Thompson, 2001, p.114).

(b) Objetivos políticos. Habrá ocasiones en que los medios no buscan beneficios económicos directos, pero sí indirectos; además de lograr acercarse o alejarse del poder, según sean las convicciones de los dueños. Entendiendo esto como la posibilidad de realizar acciones deliberadas para atacar o defender a ciertos actores políticos en un contexto

---

<sup>24</sup> En este último punto cabe guardar distancia, para analizar si los medios podrán o deberían ser en algún momento despolitizados, o en su defecto alejados de los partidos.

específico. Una variante serían las personas que tienen la capacidad de influir en los medios y, por lo tanto, en sus contenidos.

Una posibilidad más se encuentra en las organizaciones políticas o los grupos de interés que “pueden generar sus propios datos mediáticos [...]; [Además] la proliferación de las formas de la comunicación mediata les permite convertirse en organizaciones paramediáticas capaces de intervenir en alguno de los sectores de la esfera pública” (Thompson, 2001, p16).

(c) La imagen profesional proviene del sentido deontológico que el periodismo adquirió al consolidarse como profesión: las pautas, recomendaciones o convenciones sobre cómo hacer periodismo. En este deber ser prevalecería el ideal de la fidelidad y objetividad de los hechos sobre el entretenimiento (aunque que no deben pensarse como contrarios).

El primer ideal supone a los periodistas como los responsables de poner los temas de interés público en la agenda para su discusión, por ello algunos<sup>25</sup> se ven “obligados a explorar bajo la superficie de las cosas con el fin de llegar a la verdad y se ven también como reformadores sociales” (Thompson, 2001, p.118).

(d) Las rivalidades y la competencia entre profesionales: estas pueden impulsar a crear historias más entretenidas o con mayor calidad. En el mejor de los casos, el aumento de la competencia entre medios lleva a que el periodismo exponga todos los temas de interés público, pero esto no siempre sucede, entre otras cosas, porque también provoca comportamientos iguales entre medios (ofrecen lo mismo y la calidad puede perderse), y puede suceder que los escándalos se desplacen entre sí, sin ser discutidos en público.

#### **1.4 Escándalo político**

A partir de la definición antes dada de escándalo, uno de tipo político se podría entender como la transgresión de una norma o valor dentro del ámbito político; es decir, dentro de lo referente al gobierno de un Estado y las actividades de quienes rigen los asuntos públicos de una sociedad<sup>26</sup>. Así, todas las actividades de quienes están en el gobierno son susceptibles de convertirse en escándalo.

---

<sup>25</sup> Actualmente se le conoce como *periodismo de investigación*.

<sup>26</sup> La RAE (2019) considera lo político como: “Pertenciente o relativo a la doctrina política; perteneciente o relativo a la actividad política.” Véase: <https://dle.rae.es/pol%C3%ADtico#Ta2HMYR>

Sin embargo, Markovits y Silverstein (1988<sup>27</sup>) abogan por el fundamento de que el escándalo político es la violación de un procedimiento establecido que regula el ejercicio del poder. Esto se entiende a partir de dos lógicas: la del poder y las de los procedimientos debidos, estos últimos son:

las normas y los procedimientos legalmente vinculantes que regulan el ejercicio del poder político. Esas normas y procedimientos son públicos y universales; define el juego político de un modo abierto y accesible. El ejercicio del poder, por el contrario, tiende a ser privado y excluyente; el poder se ejerce a menudo de un modo secreto y oculto a los ojos del público. Los escándalos políticos surgen en el instante en que la lógica del procedimiento debido se superpone a la lógica del poder. (Thompson, 2001, p.132)

Bajo estos supuestos, dice Thompson (2001), Markovits y Silverstein consideran que la revelación de actos de abuso de poder y de desvío de los procedimientos legalmente establecidos constituyen la naturaleza de un escándalo político. Aunque reconocen la existencia de otros escándalos en la esfera política, mientras el componente original no sea de tipo político, no pueden ser considerados como tal.

Es precisamente la pauta del abuso de poder la que define y restringe el considerar que un escándalo político puede tener más puntos de origen. Sobre todo, habría que considerar que puede haber detonantes que no sean procedimientos indebidos, pero sí normas, tradiciones o valores morales a los cuales no haya una obligatoriedad de sujeción.

Por otro lado, Arroyo Martínez (1997, p.356) considera al escándalo político como un fenómeno de opinión pública que “ejerce una importante función de control social. Aunque sea a través de los inevitables estereotipos presentes en todo drama, refuerza los valores políticos de la sociedad”.

Esta perspectiva observa la relación de los políticos con los medios de comunicación. Concluye que los medios de comunicación utilizan a los escándalos como historias para reforzar mitos y valores del sistema sociopolítico. Aunque su estudio se centra más en el papel de los medios que en la naturaleza de este, el autor explica cómo un escándalo político mediático al posicionarse en la agenda pública dirige el debate de lo público.

---

<sup>27</sup> Thompson (2001), Canel y Sanders (2006) recuperan el pensamiento de estos dos autores.

Arroyo sostiene que los medios tienen distintos intereses políticos y económicos, por lo que algunos escándalos no refuerzan al sistema ni cuestionan las reglas que rigen a la sociedad. “El escándalo político es en sí mismo una narración en la que se pone en relación lo normal y lo anormal. Sólo puede escandalizar lo que amenaza los valores compartidos de una sociedad, y manifestándose el escándalo se refuerzan precisamente esos valores” (Arroyo, 1997, p.345).

Desde una perspectiva democrática, Jiménez Sánchez (1997) explica el escándalo político desde la relación entre los gobernantes y la opinión pública, la cual se funda en la representación política y la confianza social:

De acuerdo con esto, cabe definir al escándalo político como una reacción de la opinión pública contra un agente político al que se considera responsable de una conducta que es percibida como un abuso de poder o una violación de la confianza social sobre la que se basa la posición de autoridad que mantiene o puede llegar a mantener tal agente. Esta reacción consiste, [...] en un intento de estigmatizar a tal agente, de modo que quede marcado en adelante por una nueva identidad con un status moral inferior.

La naturaleza del escándalo político guarda, pues, una relación muy estrecha con la fundamentación de la autoridad política en la confianza social. [...] No cabe duda de que la clase política de las democracias liberales occidentales han sustentado su autoridad en el carácter representativo de los gobiernos de estos regímenes. (Jiménez, 1997, p. 298)

Sin embargo, la definición de Jiménez presenta una limitación: al igual que Markovits y Silverstein (1988), consideran que el escándalo político solo son los abusos de poder o una violación de la confianza social, por lo que su definición restringe el campo de visión sobre los diferentes orígenes que puede tener.

En un sentido muy similar al de Arroyo y Jiménez, Thompson (2001) considera que las democracias liberales son un terreno fértil para los escándalos políticos por cuatro razones: hay competencia política (partidos, grupos de interés y sociedad civil); la reputación de los actores tiene mucho peso; la relativa libertad de expresión y autonomía de la prensa (medios de comunicación); y las limitaciones expresas del ejercicio del poder.

Bajo este marco, el escándalo político es aquel en el que están involucrados “individuos o acciones localizadas dentro de la esfera política y que tienen una fuerte repercusión en las relaciones que se establecen dentro de dicha esfera. La esfera política es la que hace que el escándalo político sea político” (Thompson, 2001, p.138).

La clave de esta definición se encuentra en la relación entre la esfera política<sup>28</sup> y los medios de comunicación, pues considera que son las dinámicas entre actores, las convenciones y las reglas que operan en cada espacio las que permiten el surgimiento de los escándalos políticos.

En un sistema democrático las reglas para obtener el poder político y representativo del Estado deben ser claras. Quienes deseen un cargo público deben respetar las reglas y usar varios recursos como el dinero, relaciones personales y el poder simbólico, este último entendido como la capacidad de “intervenir en el curso de los acontecimientos, influir en las acciones y creencias de otras personas y de hecho poder crear así, mediante la producción y transmisión de formas simbólicas, ciertos tipos de acontecimientos” (Thompson, 2001, p.140).

Para lograr hacer uso de este poder se necesitan una serie de recursos, dice el autor, entre los que destacan el capital cultural, los medios técnicos de transmisión, el conocimiento estratégico y el capital simbólico con el que el individuo cuente (prestigio, reconocimiento, respeto y reputación).

Ahora bien, para Thompson (2001), en los últimos años el escándalo político solo encuentra sentido si es mediático porque la esfera política no está aislada de la participación de los ciudadanos y los medios de comunicación; por lo que la relación de estos últimos con los políticos es lo que termina de dar forma al fenómeno del escándalo político.

Como ya se ha visto, una de las consecuencias (y arma de doble filo) ha sido el aumento de la publicidad/ visibilidad mediática de los políticos; quienes en un intento por obtener el apoyo de los ciudadanos acceden a hacer pública gran parte de su día a día, y para ello recurren a los medios de comunicación.

Los propios medios pueden concebirse como una esfera de interacción provista de su propio conjunto de intereses particulares, de sus propias posiciones y trayectorias

---

<sup>28</sup> Entendida como la “esfera de acción e interacción que se ocupa de la adquisición y el ejercicio del poder político mediante el uso, entre otras cosas, del poder simbólico.” (Thompson, 2001, p.141).

profesionales. De diferentes maneras, las organizaciones mediáticas se ocupan todas de ejercer el poder simbólico mediante la utilización de los distintos tipos de medios de comunicación. (Thompson, 2001, p.144)

El puente que se crea entre ambas esferas es el espacio que da lugar a los escándalos políticos, dice Thompson. Es la exposición de los políticos lo que los hace vulnerables frente a la sociedad, y al mismo tiempo lo que les permite conseguir el apoyo de los votantes, principalmente.

Entonces, el escándalo político se define como aquellas acciones que son consideradas como la transgresión de normas o valores sociales que tienen lugar y repercuten en la esfera política, que al ser publicadas y mediatizadas provocan la manifestación pública de distintas reacciones de la sociedad, y consecuencias para los directamente involucrados.

Podrían incluirse más características o detalles sobre los escándalos políticos, pero se corre el riesgo de limitar el concepto. En este sentido, es mejor reutilizar las variantes que Thompson (2001) propone sobre el escándalo político. Una subdivisión necesaria para la presente investigación.

#### ***1.4.1 Escándalo financiero***

Un escándalo político puede tener diferentes tipos de transgresiones a partir de las cuales se pueden clasificar. La división aquí utilizada es la propuesta por Thompson (2001), quien considera que los escándalos políticos son de tres tipos: sexuales, financieros y de poder. Sin que esta sea una clasificación exhaustiva.

Por un lado, los escándalos de tipo sexual son “la revelación de las actividades de algunas figuras políticas, actividades que constituyen, o que pueden presentarse como constitutivas de una transgresión de las normas o códigos vigentes en cuanto a la organización de la conducta en las relaciones sexuales” (Thompson, 2001, p.168).

Mientras que los de poder “se basan en la revelación de actividades que infringen las reglas que gobiernan la adquisición o el ejercicio del poder político como tal” (Thompson, 2001, p.169). Ejemplo de ello es la compra de votos en elecciones. Por otro lado, los escándalos financieros, dice el autor, son aquellos que:

se basan en la revelación de actividades realizadas por personalidades políticas en las que se aprecia el quebrantamiento de las reglas que rigen la adquisición y la asignación de los recursos económicos. Los escándalos políticos de naturaleza

financiera implican por lo general vínculos ocultos entre el poder político y el económico, vínculos que se consideran impropios y que, al ser revelados, desencadenan el escándalo. A diferencia de los escándalos políticos de naturaleza sexual, los escándalos financieros que tienen lugar en la esfera política tienen mayor probabilidad de ir acompañados por la violación de las leyes- en este caso las leyes que regulan las transacciones financieras y el uso de recursos financieros por parte de individuos que ostentan cargos públicos o que aspiran a ellos-. (Thompson, 2001, p. 169)

De aquí se observa que la mayor parte de las actividades referidas con lo público son realizadas dentro de un marco legal que rige la adquisición de bienes y suministros y la asignación de los recursos económicos para el desempeño de sus funciones. Por lo que el quebrantamiento de estas implica una violación legal, aunque no siempre se corresponda con una alta capacidad moral vinculante.

Por otro lado, la revelación de los vínculos entre el poder económico y el político no siempre han sido bien vistos. La simple relación entre ambos puede generar especulación, por lo que este tipo de relaciones son muy observadas por la sociedad y los medios. Por ello, cuando hay una ligera duda sobre el debido proceso o los motivos de una transacción entre lo político y lo económico, lo más probable es que los medios comiencen a investigar.

Un escándalo político de tipo financiero puede a su vez tener variantes, ya que las maneras de incurrir en una transgresión son diversas y, por tanto, analizar cada variante representa retos específicos. De acuerdo con Thompson estas son:

- a. Una de esas formas implica un inadecuado intercambio de recursos económicos (dinero, regalos, etcétera) realizado con el propósito de influir en determinadas decisiones o resultados políticos- es decir, implica, en otras palabras, la práctica del soborno-.
- b. Un segundo tipo implica la apropiación indebida de fondos públicos, el fraude, el engaño o la mala utilización de la información para la obtención de un beneficio personal o privado.
- c. Una tercera forma implica la existencia de intereses económicos o privados o sin declarar que podrían entrar en conflicto, o suscitar la opinión de que entran en conflicto, con las obligaciones y responsabilidades públicas de un político.

- d. El cuarto tipo comprende varias clases de corrupción electoral y de procedimientos ilegales, incluyendo el soborno de electores, la división amañada de los distritos electorales para obtener ventaja en las elecciones, y la apropiación indebida de los fondos destinados a la campaña. (Thompson, 2001, p.220)

Esta propuesta no es exhaustiva y no debe ser considerada como excluyente porque hay situaciones en las que se dan una o más transgresiones por un mismo hecho; además, dependerá de la cultura política el valorar la gravedad de las transgresiones, así como de las figuras legales existentes la posibilidad de sancionar o no el acto.

### **1.5 Consecuencias del escándalo político**

No importa si se observa desde la audiencia, desde los medios, la esfera política o si se es el transgresor: siempre habrá secuelas después de un escándalo político mediático, aunque la gravedad y la duración de las consecuencias dependerá de varios factores. A continuación, algunas perspectivas para comprender su importancia.

De acuerdo con Jiménez Sánchez (1997), el escándalo puede ser evaluado al menos en dos perspectivas: desde el punto de vista del agente político involucrado, y desde el sistema político. La separación en dos categorías sirve para determinar hasta qué punto sólo el agente recibe la carga del escándalo.

Para el agente político los efectos pueden ser diversos a partir del tipo de transgresión que cometa. De ser una acción tipificada en el marco legal, el sujeto en cuestión será sancionado. Sin embargo, la estigmatización será casi inevitable. De acuerdo con Jiménez (1997), su función es tratar de colocar al individuo en un estatus moral inferior, pero ésta solo podrá ser exitosa si cumple tres condiciones que señala Sherman (1989 citado en Jiménez 1997, p.324):

- que el público perciba que la organización a la que pertenezcan los acusados [...] no es capaz de vigilar, controlar y castigar los excesos de sus miembros;
- que quienes revelan las primeras informaciones tengan credibilidad; y
- que se perciba la seriedad de lo revelado, para lo que es importante que quienes dramaticen como algo muy serio las revelaciones sean figuras públicas relevantes.

Aunque Jiménez (1997) observa solo escándalos de gran envergadura, él considera que sus efectos estarán relacionados con la legitimidad del régimen político, por lo que

podrían iniciar un proceso de desconfianza mayor. En otras situaciones, cuando un escándalo político surge paralelamente a una crisis política, el primero puede contribuir a finalizar las tensiones del sistema, de tal forma que se dé un reajuste al sistema (instituciones, sistemas y dinámicas). En ese sentido, los escándalos,

Como dice Yanai [1990], a corto plazo siempre traen consigo algún tipo de crisis de legitimidad porque levantan sospechas sobre el potencial corruptor y naturaleza maligna de la política. A más largo plazo, todo dependerá de cómo se resuelvan, siendo así que si la resolución es rápida y ampliamente aceptada puede que aumente la legitimidad al demostrar la capacidad y la eficacia del régimen político para lidiar con las transgresiones del mismo. (Jiménez, 1997, p.327)

Por otro lado, Arroyo (1997) considera que el escándalo confirma mitos (conjunto de ideas no científicas que en una sociedad explican aspectos y/o temas); mantiene o resquebraja al sistema político; y refuerza los valores políticos de la sociedad. Lo que en pocas palabras significa: la distinción de lo que es aceptado y no para los individuos y las instituciones de la sociedad. Al igual que Jiménez (1997), Arroyo señala las consecuencias, pero en términos de legitimidad para el régimen:

De él deriva un desprestigio desmesurado de la función política. Aunque aísla los fenómenos escandalosos identificando a sus protagonistas, tiende a inundar el espacio público con su fuerza dramática, generando la impresión de que la política toda está implicada en el escándalo, por acción, por complicidad o por omisión. Vemos ya los síntomas del desprestigio en las encuestas que sitúan a los políticos en los últimos lugares de la escala de prestigio profesional, y en la ocupación del espacio público por jueces y periodistas. (Arroyo, 1997, p.356-357)

Por su parte, Thompson (2001) analiza y refuta argumentos de cuatro teorías sobre las consecuencias de los escándalos en las sociedades. Por último, propone una que se desarrolla desde una perspectiva sociológica y de los medios de comunicación.

a) Teoría social de la ausencia. Ésta considera a los escándalos como fenómenos efímeros sin gran impacto en la vida social. Es un acontecimiento mediático y capital cultural de entretenimiento que no deja huella ni significado duradero; además de no ser una muestra confiable del contexto político y cultural de una sociedad. En ese sentido, “esta teoría resulta también bastante engañosa, ya que oscurece el hecho de que, en un mundo en el que el capital

simbólico es un recurso valioso y escaso, la reputación tiene una importancia real” (Thompson, 2001, p.325).

b) Teoría funcionalista del escándalo. Basada en cierta parte en la teoría de la religión de Durkheim, donde las prácticas religiosas sirven para reafirmar sentimientos e ideas colectivas que cohesionan a los grupos sociales; esta teoría considera que los escándalos “sirven para reforzar las normas y las convenciones que resultan transgredidas por las actividades en cuestión” (Thompson, 2001, p.326).

Esta teoría tiene como horizonte que, una vez detectada una transgresión, las instituciones y la sociedad ubiquen a los individuos que no concuerdan con las convenciones sociales para señalarlos, estigmatizarlos y sancionarlos. De esta manera, los individuos del sistema social participan como jueces y vuelven a confiar en el sistema.

A pesar de ser sostenida por varios autores como Arroyo (1997), Jiménez (1997), Alexander (1988), de acuerdo con Thompson (2001) es probable que haya situaciones en donde los escándalos reafirmen el *status quo*, pero esto no inhabilita el sentido contrario: que el escándalo sirva para reajustar y modificar los valores, prácticas o instituciones que no “funcionan” en la sociedad; o bien para reforzar ideas negativas sobre el sistema.

c) Teoría de la trivialización. La aparición de los escándalos en los medios de comunicación y en la sociedad no es más que entretenimiento y distracción de los verdaderos asuntos públicos, los cuales son poco discutidos por los ciudadanos en la esfera pública. Esta perspectiva se fortalece con el pensamiento de Habermas (2014), quien considera que en la nueva esfera pública (en un sentido utópico y ético de la sociedad), se deben dar discusiones con el uso de las capacidades intelectuales de los ciudadanos: la razón pública. En pocas palabras, los escándalos debilitan el debate público.

Sin embargo, esta manera de ver al escándalo cae en dos supuestos bastante discutibles. Antes de comentarlos, es mejor conocer los cuestionamientos que Thompson realiza sobre esta teoría:

En primer lugar, y hablando en términos históricos, el argumento tiende a ver al pasado a través de un cristal color de rosa, confrontando el presente con un periodo histórico anterior en el que, supuestamente, la esfera pública era un foro más activo del argumento razonado y el debate. [...]

Un segundo aspecto que hace que el argumento sea engañoso estriba en el hecho de que tiende a enfatizar un tipo de escándalo a expensas de otros. [...]. Pese a que pueda argumentarse de forma bastante verosímil que la preocupación por los escándalos sexuales genera un cierto grado de trivialización del debate público, sería mucho más difícil sostener que las revelaciones relacionadas con el abuso de poder o la malversación de fondos públicos deban ser consideradas a la misma luz. (Thompson, 200, p.332-333)

En este sentido, los escándalos pueden servir a favor y en contra del debate público. Pero de ninguna manera la cantidad de escándalos son un indicador sobre la calidad del debate público. Nada asegura que la cobertura mediática, con respecto al escándalo, propicie discusiones públicas basadas únicamente en la razón.

Por otro lado, como bien apunta el autor, el encasillar al escándalo como factor que socava la discusión pública, no permite vislumbrar una de las principales ventajas: la publicidad. Es decir, esta le permite a la sociedad conocer información que por una u otra razón estaba oculta, y partir de ella comenzar su discusión. Otro debate son los intereses de una sociedad para discutir ciertos temas.

d) Teoría del escándalo como subversión. Esta considera que el escándalo es un producto cultural comunicativo, cuyas “historias ofrecen una forma popular de crítica política...” (Thompson, 2001, p.335). Es decir, una expresión de contrapeso al sistema que circula por los medios de comunicación alternativos, ya que los otros medios son “oficiales” y parte de la estructura del poder. De esta manera la información que se encuentra en los escándalos busca despertar en los ciudadanos, a través de la burla, el escepticismo y la crítica contra quienes tienen el poder.

Aunque no se puede negar cierta cercanía entre los medios y el poder político, no se puede asegurar que la relación que mantienen siempre es la misma. Los medios tienen intereses y dinámicas específicas que los hacen comportarse de diferente manera con el poder político dependiendo de muchos factores; además de que “el escándalo mediático no puede entenderse como un género que pertenezca específicamente a la cultura popular” (Thompson, 2001, p.338).

*La Teoría social del escándalo.* Esta teoría es la propuesta por Thompson, esta considera que los escándalos son “luchas por la obtención del poder simbólico en las que

están en juego la reputación y la confianza” (20, p.338), donde los últimos dos son valores fundamentales en las democracias liberales, sobre todo para aquellos que tienen o aspiran a tener un cargo público basado en el apoyo ciudadano.

Los escándalos políticos no necesariamente destruyen la reputación o socavan la confianza, pero sí tienen la capacidad de hacerlo. Y si los escándalos poseen una gran significación en la esfera política, se debe justamente a esa capacidad, a ese potencial perjuicio que afecta a la reputación y a esa posibilidad de que resulten erosionadas las relaciones de confianza. (Thompson, 2001, p.338-339)

En ese sentido, estos valores se vuelven recursos fundamentales para todos aquellos políticos que buscan el apoyo popular. Incluso, no importa si ya tiene el poder, pues la disminución de cualquiera de los dos recursos debilita la relación con los ciudadanos y puede llevar a una crisis política. Por ello hay quienes se preocupan demasiado en tener una gran cantidad de recursos simbólicos.

La ventaja de esta teoría frente a las demás es que reutiliza la perspectiva del poder simbólico para dar cuenta de los efectos del escándalo en la relación entre los ciudadanos y los políticos; por el otro, ahonda en lo que Arroyo (1997) llama la estigmatización social. Sin embargo, el autor recurre a la reputación y a la confianza para ir más allá de la simple acción de estigmatizar. Más adelante se abordan los conceptos de reputación y confianza, así como la relación con los líderes políticos y la ciudadanía, esta última como observadora, juez y parte de los escándalos políticos.

## **1.6 Control de escándalos**

Un aspecto de análisis importante de cualquier escándalo es el manejo de la situación en general, pero hay un aspecto de este al que se le debe poner especial atención: la comunicación. En el caso de la presente investigación, el fenómeno de análisis se enmarca en la gestión del presidente Enrique Peña Nieto. Esto implica que el manejo del escándalo solo puede provenir de una fuente: de la comunicación gubernamental, entendiendo a esta última como

El rol, la práctica, los objetivos y los logros de la comunicación que tiene lugar en y en nombre de la institución pública, cuyo fin primordial es la ejecución al servicio de una lógica política, y que están constituidas sobre la base del consentimiento indirecto

o directo del pueblo y encargadas de ejecutar su voluntad. (Canel y Sanders 2013, p.4)

Como rama de la comunicación política se le pueden adjudicar tres funciones: informar, persuadir y guiar la agenda pública. Además de que “con el fin de cumplir con las funciones persuasiva e informativa de la comunicación, los gobiernos y las instituciones políticas definen estrategias, generan estructuras, establecen procedimientos y construyen relaciones con distintos actores y grupos de interés” (Meyenberg y Aguilar, 2019, p.21).

Partiendo de lo anterior, entonces, cualquier esfuerzo por resolver un escándalo en materia comunicativa debe entenderse como comunicación gubernamental. Así, “existe un acuerdo en considerar que la comunicación gubernamental se circunscribe dentro los dos sistemas [...]: la mercadotecnia y la publicidad, y el proceso de comunicación en sí mismo” (Meyenberg y Aguilar, 2015, p.21). Cabe agregar que la comunicación de los gobiernos es una rama transdisciplinaria que toma parte de la comunicación organizacional, de empresas y, en especial, de la *Comunicación de Crisis e Issues Management*.

Por un lado, la comunicación de crisis hace referencia al estudio y el control de los episodios de crisis y las consecuencias que afectan a una empresa en todos sus ámbitos. De acuerdo con Pont-Sorribes (2013), esta corriente se enfoca en la necesidad de conocer la opinión pública y realizar planes para situaciones de gravedad dentro de una corporación. “De este modo, intentan frenar, desde un punto comunicativo, la situación de desastre y evitar, dentro de lo posible, que estalle la crisis de la opinión pública” (Burnett 1998 en Pont-Sorribes, 2013, p.31).

En el caso de la disciplina *issues management* o “gestión de conflictos potenciales”, esta se enfoca en la creación de instrumentos, planes y estrategias que permitan la gestión proactiva, en un primer momento, y reactiva de aquellos problemas que puedan dañar a la organización. Esta perspectiva “remite a dos propuestas: a) identificación de un asunto o conflicto potencial lo antes posible, y b) el acotamiento y resolución de este asunto antes de que llegue a un punto en que provoque consecuencias indeseables para la organización” (Pont-Sorribes, 201, p.32).

La mayoría de las crisis dan señales antes de comenzar, por lo que la detección y rápida actuación para controlar esos indicios es vital para evitarlas, según Marín (2009). Sin

embargo, si el área encargada no logra lo anterior, la crisis comenzará y la gestión de la misma tendrá que realizarse en un sentido diferente.

Marín (2009) también identifica dos períodos que se deben tomar en cuenta: el proactivo y el reactivo. El primero hace referencia a las actividades que vigilan que los procesos se lleven de manera adecuada; además de implementar acciones que permitan detectar a tiempo el surgimiento de conflictos, así como la elaboración de planes y programas para situaciones de crisis. El segundo se dirige hacia las acciones que buscan controlar y resolver una crisis en el momento en que se presenta, como puede ser un escándalo político.

Para este último período, Marín (2009) propone un ciclo de crisis compuesto por las siguientes fases: a) alerta o presentación de indicios de un conflicto, b) prevención (de existir se activan planes o protocolos para evitar la escalada), c) eclosión de la crisis (se activan los planes de control y gestión), y d) poscrisis (una vez terminada la crisis se aplican las acciones de superación de crisis).

Esta propuesta de Marín coincide bastante con la perspectiva de Thompson (2001), quien identifica que las fases de un escándalo son: 1) previa al escándalo, 2) del escándalo propiamente 3) de culminación, y 4) consecuencias. En este sentido, los incisos a y b de Marín coinciden con el punto 1 de Thompson; mientras que c tiene correspondencia con 2 y 3; por último, d y 4 son el par que define la fase final de un escándalo/crisis.

Ahora bien, para comprender la propuesta de Marín hace falta desarrollar las fases de eclosión de crisis (el escándalo propiamente, así como su culminación) y poscrisis (consecuencias). La eclosión de la crisis es el período reactivo ante la crisis, donde se ejecutan los planes que buscan controlar y dar salida a la situación. En específico, Marín (2009, p.49) menciona que las acciones reactivas comprenden:

- Aplicación del plan de crisis y del plan de comunicación y su gestión por el comité de crisis, cuando se produce la activación de la crisis o aparecen índices de alerta.
- Decisión, elección y comunicación: la alternativa para la solución de lo sucedido y de la evolución de los acontecimientos.
- Implementación de la decisión y progreso de la comunicación hasta la salida de la crisis.

Tanto en las crisis como en los escándalos políticos, estos tres puntos dejan en claro que la comunicación durante un proceso de crisis juega un papel importante porque esta sirve

para: justificar y explicar las decisiones tomadas en la situación; informar los resultados o avances; dialogar con las partes involucradas y con la opinión pública; mantener una relación eficaz con los medios de comunicación; y para evitar un desgaste importante de la imagen, confianza y reputación, en este caso del gobierno (Marín, 2009).

En este sentido, la comunicación en un proceso de crisis debe ser bidireccional: hacia afuera y hacia adentro. En esta última las acciones de comunicación sirven para ayudar al gestor (es) de crisis a tomar decisiones adecuadas y con ello resolver parte del problema. Sin embargo, si las acciones no controlan la transgresión inicial, difícilmente sólo las acciones de comunicación controlen o den fin al problema.

Quien gestione la crisis o el escándalo debe previamente conocer el ecosistema de medios del país, el contexto nacional e internacional, el estado de la opinión pública con respecto a la imagen del gobierno o actor político. Con esta información será capaz de elaborar las estrategias y tácticas que le permitan ejecutar las acciones de comunicación para el manejo de una crisis de tipo escándalo político.

A continuación, se recupera la propuesta de Marín sobre las acciones de comunicación a realizar una vez realizadas las actividades antes señaladas:

1. Gestión de crisis. Cuando la crisis se presenta, hay que:
  - Reaccionar con rapidez (1 a 3 horas, desde que surge el problema). Para ello: Identificar la crisis: valorarla en su justa medida; Implementar las medidas previstas de manera automática; Activar el plan y establecer plazos de reacción para la incorporación de los componentes del comité de crisis y los integrantes de otros equipos de apoyo a la gestión, entre ellos el de comunicación; Reunir toda la información posible sobre los hechos; Decidir acciones inmediatas de comunicación. [...].
  - Informar sobre lo que se conozca y esté contrastado, en el plazo más breve posible (2 a 4 horas), a: Los afectados [...]; El público interno [...]; Los proveedores y clientes [...]; Los medios de comunicación [...]; Otros grupos de interés [...]; Administraciones públicas [...] y los accionistas [...].
  - Establece una agenda diaria para las relaciones con los medios y grupos de interés.
2. Criterios que hay que respetar en comunicación

- Comunicar con credibilidad y transparencia; Planificar las relaciones y los encuentros periódicos con los periodistas para que haya una continuidad en la comunicación; Información puntual de los hechos, procurando anticipar noticias. Responder siempre con único mensaje institucional a través de un único portavoz autorizado; Reforzar la comunicación interna; Asegurar la coherencia en mensajes internos y externos; Coordinar la información que emane de la entidad. [...]; Solo deben informar los emisores autorizados por la célula de crisis; Evitar la distorsión en los mensajes y controlar los rumores; Evaluar el impacto de la comunicación y su evolución durante las fases de crisis. hacer seguimiento y análisis de contenidos permanente de los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales (*on/off line*). [...]. (Marín, 2009, p.90-91)

No se olvida mencionar que existen acciones específicas de comunicación que permiten concretar las estrategias y tácticas de gestión. Entre ellos se encuentran los comunicados de prensa; la entrega de informes; ruedas de prensa; entrevistas personales; página web; entrega de material audiovisual y gráfico; cartas a los medios (Marín, 2009).

Por otro lado, la fase de poscrisis indica el momento en el que, una vez finalizada la situación de crisis, el escándalo, el gestor de comunicación o encargado del caso comienza el análisis retrospectivo y ejecuta el plan de recuperación o superación. Este último supone, de acuerdo con Marín (2009), en la investigación y evaluación de los impactos en general; el establecimiento de objetivos a lograr en esta fase y el plan de comunicación específico para mediano y corto plazo; ejecución de los programas diseñados en el plan; evaluación de resultados de esta fase.

En materia de comunicación la tarea es aún mayor, puesto que lo que generalmente pierde una empresa o gobierno es confianza y reputación, las cuales se traducen en la percepción de la imagen de la empresa, así como en el apoyo que recibe. Estas tres características son recursos simbólicos (capital cultural objetivado) importantes para cualquier organización.

La imagen se entiende como la “percepción mental, positiva o negativa, que tiene su entorno de públicos sobre ella. [...]. Una imagen positiva representa una fortaleza ante las crisis” (Marín 2009:25). Su medición se lleva a cabo a partir de encuestas al interior y exterior

de la organización. Es decir, a través del estudio de la opinión pública. Por ahora esta definición es suficiente, pero se profundiza en el siguiente capítulo.

Para concluir, algunos puntos: (1) no hay un plan general que se pueda aplicar al cien por ciento a cualquier escándalo político; (2) desde la comunicación (gubernamental y de crisis) se trata de evitar la escalada y la gravedad de una situación en terrenos de la política. (3) las áreas de comunicación de crisis son importantes en cualquier ámbito, sin ellas no hay forma de hacer frente a los problemas, y tampoco hay una manera adecuada de salir de ellos.

## **2. La Aprobación Presidencial**

En el capítulo anterior se abordó la definición de escándalo, sus principales características, su versión política y su vertiente financiera, principalmente desde la perspectiva de Thompson (2001). Además, se desarrollaron los puntos clave para entender el papel de los medios de comunicación, en el manejo y la resolución de escándalos desde la perspectiva de la comunicación de crisis.

En este apartado se revisan tres ejes fundamentales: a) la opinión pública como punto central para medir las distintas expresiones públicas de la ciudadanía; b) la aprobación presidencial desde sus orígenes, sus principales aportes y limitaciones; y c) la relación de esta última con el escándalo político.

### **2.1. Opinión Pública**

La opinión pública como área de estudio ha resultado ser bastante extensa y compleja para los académicos, entre otras cosas porque el concepto en sí no tiene una definición consensuada. Por ello, en la presente investigación se trabaja con dos definiciones del pensamiento moderno: la de Habermas y la de Pierre Bourdieu.

Concebida como el consenso general resultante de la organización de la ciudadanía respecto a lo que es común a todos, la definición de opinión pública de Habermas es una construcción que idealiza una sociedad que discute y delibera continuamente. De esta forma, el “acuerdo” generado tiene el poder de influir en el actuar del gobierno y del Estado.

Es decir, la opinión pública “tiene que ver con tareas de crítica y de control, que el público de los ciudadanos de un estado ejercen de manera informal (y también de manera formal en las elecciones periódicas) frente al dominio estatalmente organizado.” (Habermas, citado en Boladeras, 2001)

A pesar de lo anterior, Habermas es consciente de que el proceso de formación de la opinión contempla la intromisión de grupos de poder que buscan dirigirla. Además, hace hincapié en el papel que juegan los medios de comunicación, así como los problemas teóricos y metodológicos para medir, analizar y cuantificar a la opinión pública.<sup>29</sup>

Por ello, Habermas propone otra definición que media entre el deber ser y el ser de la opinión pública. Así pues, la concibe como “una red para la comunicación de contenidos y

---

<sup>29</sup> Esta discusión se profundiza en el texto de Margarita Boladeras (2001).

tomas de postura, es decir, de opiniones, [donde] los flujos de comunicación quedan filtrados y sintetizados de tal suerte que se condensan en opiniones públicas agavilladas en torno a temas específicos” (Habermas, citado en Boladeras, 2001). Retomar esta definición es importante porque se aleja un tanto de lo abstracto, replantea y visualiza a la opinión como el resultado de cierto tipo de interacciones sociales.

Por otro lado, Pierre Bourdieu considera que la opinión pública no existe, al menos no en la forma de aritmética simple. Ésta no debería entenderse como el reflejo cuantificado y promedio de las expresiones de la ciudadanía a partir de encuestas<sup>30</sup>, las cuales hacen

a la gente tomar posición sobre opiniones ya formuladas, y producir por simple agregación estadística de opiniones así generadas, este artificio que es la opinión pública. Digo simplemente que la opinión pública, en la acepción implícitamente admitida por quienes hacen sondeos de opinión, o por quienes utilizan sus resultados, simplemente no existe. (Bourdieu, 1992, p.311)

Bajo la mirada de este autor, la opinión pública debiera entenderse como “algo que pueda formularse discursivamente con cierta pretensión de coherencia” (Bourdieu, 1992, p.311), en donde el individuo lleva un proceso racional y se coloca en una posición contextual que le permite expresar un discurso sobre algún tema.

En este sentido, Bourdieu (1992) considera que se deben tomar en cuenta tres supuestos para la revisión metodológica y teórica de la medición de encuestas de opinión pública: 1) no todas las opiniones valen igual, 2) todo el mundo puede tener una opinión, 3) hacer la misma pregunta a todos implica el supuesto de que hay un consenso sobre los problemas comunes.

Con estas premisas, Bourdieu espera que el individuo sea capaz de elaborar razonamientos específicos sobre los temas que se le cuestionan, él lo llama *Competencia Política*. El supuesto de que no todas las opiniones valen lo mismo debe ser repensado porque rompe con el principio de igualdad establecido en las democracias. Este último protege y asegura la participación y la expresión de la ciudadanía en general sin importar su condición, entre otras cosas.

---

<sup>30</sup> Se entiende por encuesta como “el método de investigación sociológica que suele conllevar la entrega de cuestionarios a las poblaciones con objeto de estudio para que los rellene y un análisis estadístico de sus respuestas para detectar pautas y regularidades (Giddens 2006, p.908).” (García S. en Greene K. 2015, p.13).

El valorar de forma distinta las opiniones emitidas compromete a la igualdad y al juzgador porque se cuestiona quien tiene más derecho de expresarse en y sobre lo público. Si se quisiera llegar al punto en el que todas las opiniones valgan lo mismo, debe asegurarse primero que toda la ciudadanía tenga las mismas posibilidades reales de desarrollar su competencia política.

Los últimos dos supuestos de Bourdieu (1992) plantean razonamientos a tomar en cuenta: a) la posición ocupada por cada ser humano en la sociedad le configura una serie de valores y formas de ver la realidad (*ethos de clase*); b) las encuestas y los sondeos deberían estar configurados tomando en cuenta el punto anterior, lo que permitiría una mejor interpretación de la realidad.

Bajo la mirada de estos dos autores, la opinión pública es entendida como la expresión pública resultante de un proceso individual y colectivo de discusión con y entre los otros sobre los diversos temas que se encuentran en la esfera pública, y que generalmente es cuantificada a través de técnicas demoscópicas. Además, dicho proceso es intervenido por los medios de comunicación, el poder político y diversos grupos de organizados.

### ***2.1.1 Medición de la Opinión Pública y su importancia en las democracias***

De manera general, para estudiar a la opinión pública se parte de la perspectiva cuantitativa, sobre la cualitativa. Esto por la practicidad para obtener y transformar las opiniones de las personas en números; y porque profundizar en las razones de cada individuo implica un alto costo en el recurso humano y de tiempo, en especial cuando lo que se busca es conocer el estado actual de la opinión.

A la hora de interpretar lo que la opinión pública expresa se debe tomar en cuenta la herramienta de medición, el diseño metodológico y el contexto<sup>31</sup>, ya que estos y otros factores pueden modificar sustancialmente la medición de aquello que se busca conocer. Esto es importante porque pueden existir decisiones, deliberadas o no, que afecten la medición e interpretación.

---

<sup>31</sup> “Las problemáticas que son propuestas por los sondeos de opinión están subordinadas a intereses políticos, y esto determina con mucha fuerza el significado tanto de las respuestas como el que se le da a la publicación de los resultados. En la situación actual el sondeo de opinión es un instrumento de acción política; su función más importante consiste posiblemente en imponer la ilusión de que existe una opinión pública como suma puramente aditiva de opiniones individuales; en imponer la idea de que hay algo así como la media de opiniones o la opinión promedio” (Bourdieu, 1992, p.303).

[A las encuestas] se les cuestiona también el plantear preguntas sesgadas, o más aún de sesgar las preguntas a través de su formulación. Esto es ya más cierto, y sucede a menudo que se induzca la respuesta a través de la manera de plantear la pregunta. Así, por ejemplo, transgrediendo el principio elemental de la construcción de un cuestionario que exige "dejar al azar todas las respuestas posibles, frecuentemente en las preguntas o en las respuestas propuestas se omite alguna opción posible, o también se propone varias veces la misma opción bajo diferentes formulaciones. Existe toda clase de sesgos de este tipo, y sería interesante preguntarse sobre las condiciones sociales de su aparición. Lo más frecuente es que se deban a las condiciones en las que trabajan quienes formulan los cuestionarios. Pero se deben sobre todo a que las problemáticas formuladas por los centros de sondeo de opinión están subordinadas a un tipo particular de demanda. (Bourdieu, 1992, p.302)

Estos “reproches” que el autor señala son hasta el día de hoy puntos de conflicto entre distintos actores de la sociedad. Algunos señalan el uso político y sesgado de los resultados, otros la construcción metodológica. Lo que se traduce como falta de confianza hacia el instrumento y a quien realiza la actividad.

A pesar de esto, habría que preguntarse: ¿por qué son importantes los estudios de opinión pública en la actualidad? En las democracias actuales se pueden reconocer cinco razones: (1) porque son el resultado del ejercicio del derecho a la libertad de expresión; (2) brindan datos al gobierno para tomar decisiones; (3) brindan datos a los políticos para realizar sus estrategias de campaña electoral; (4) permiten tener un panorama de lo que opina, aprueba o desaprueba la gente sobre ciertos temas; (5) es una de las fuentes de información más directa para periodistas y académicos.

(1) El que la ciudadanía pueda expresar libremente sus ideas sin previa censura y que sólo a *posteriori* puedan ser objetadas, bajo estrictas causas, es una característica inconfundible de los Estados democráticos<sup>32</sup>. Aunque parezca un acto sencillo, hacerlo supone el ejercicio del derecho a libertad de expresión, ya que en otro tipo de gobiernos no está permitido el menor acto de disenso.

---

<sup>32</sup> En México se establece en los artículos sexto y séptimo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917).

En el mundo moderno las sociedades han complejizado su forma de organización políticas e interacción social. En esa misma dinámica se han diversificado también las formas de participación y toma de decisiones. Sin embargo, esa diversidad no siempre termina bajo el marco democrático.

Una de esas vertientes con las que se suele confundir a la democracia es la autocracia; que se entiende como el gobierno en el que la voluntad de una sola persona es la suprema ley<sup>33</sup>. Esta forma de gobernar no permite la libertad de los otros, ya que busca la imposición de una única forma administrar al Estado. Por lo tanto, es común que los derechos no estén reconocidos o sean limitados, lo que se traduce en una falta del Estado de derecho y de baja o nula pluralidad.

En sentido contrario, la democracia podría definirse como la forma de gobierno en la que todos los ciudadanos de un Estado tienen el derecho de tomar decisiones sobre el rumbo de la cosa pública. Es decir, la democracia se caracteriza “por un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen *quién* está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué *procedimientos*” (Bobbio, 1986, p.14).

Con el afán de diferenciar a la democracia de otro tipo de gobiernos no democráticos varios autores han buscado definir las características mínimas que una democracia debería tener.<sup>34</sup> Bajo la mirada de Morlino (2014) existen ocho cualidades que las democracias deben cumplir: el Estado de derecho; rendición de cuentas electoral e interinstitucional; participación y competencia; capacidad de respuesta; libertades; e igualdad política, social y económica.

Por su lado, Bobbio (1986, p.15) toma en cuenta al menos tres condiciones generales: la atribución del derecho de participar directa o indirectamente en la toma de decisiones colectivas; la existencia de reglas procesales; y la garantía de libertades, traducida en “derechos de libertad de opinión, de expresión de la propia opinión, de reunión, de asociación, etc., los derechos con base en los cuales nació el Estado liberal y se construyó la doctrina del Estado de Derecho”.

No muy lejos de estos requisitos, Dahl (1989, p.14) propone que los ciudadanos sin distinción alguna deben tener igualdad de oportunidades para: “1. Formular sus preferencias.

---

<sup>33</sup> De acuerdo con la RAE (2020) autocracia se define como la “forma de gobierno en la cual la voluntad de una sola persona es la suprema ley.”

<sup>34</sup> Véase los trabajos de Habermas, Morlino, Bobbio, Dahl, Bovero, por mencionar solo algunos.

2. Manifestar públicamente dichas preferencias entre sus partidarios y ante el gobierno, individual y colectivamente. 3. Recibir por parte del gobierno igualdad de trato”. Dichos requisitos se traducen en distintos tipos de libertades específicas para la ciudadanía<sup>35</sup>.

Finalmente, Salmorán (2019, p.73) hace un apunte que recupera dos precondiciones de Bovero para las democracias: “La falta de protección y garantía de aquel conjunto de libertades y derechos —identificados en la teoría boveriana como las precondiciones liberales y sociales de la democracia— vuelven vanas, es decir, vacías e inútiles, las ‘reglas del juego democrático’”.

En suma, estos autores no hacen sino destacar, entre otras cosas, la importancia de las libertades civiles y políticas (entre las que resalta la libertad de expresión, de pensamiento y de información) como punto de partida y *conditio sine qua non* de cualquier democracia. Es decir, la base mínima para que la ciudadanía pueda conocer y participar políticamente en lo público. “Son parte de la concepción democrática que reconoce el derecho de los ciudadanos a participar en el gobierno, impulsan la deliberación de los asuntos públicos, donde la opinión pública se convierte en un efectivo control sobre los gobernantes” (Marván, 2020, p.811).

(2) (3) El permitir que la ciudadanía exprese sus necesidades y deseos brinda la oportunidad a los gobiernos, y a los políticos en general, de recopilar la información necesaria para tomar decisiones, proponer cambios, realizar estrategias políticas y campañas electorales. Uno de los principales objetivos de los estudios de opinión, en este caso las encuestas (en especial las electorales), es

informar a los actores políticos sobre la fuerza de los distintos candidatos. Tal información puede servir a los electores para decidir ejercer el derecho al sufragio y por cuál candidato votar. Además, a los donadores financieros potenciales y activistas les puede ser útil para decidir hasta qué grado apoyar a sus candidatos preferidos, mientras que para los estrategas es una herramienta que permite elegir una estrategia de campaña, en función de ser un favorito o perdedor esperado. (...) La información procedente de las encuestas puede ser tan poderosa que en algunos casos puede formar parte de la campaña misma. (Greene, 2015, p.23-25)

---

<sup>35</sup> Entre estos se encuentran: “1. Libertad de asociación. 2. Libertad de expresión. 3. Libertad de voto. 4. Elegibilidad para la cosa pública. 5. Derecho de los líderes políticos a competir en busca de apoyo. 6. Diversidad de fuentes de información. 7. Elecciones libres e imparciales” (Dahl, 1989, p.15).

(4) Al poder expresar libremente sus opiniones sobre cualquier tema, pero en especial de los temas de interés común, la ciudadanía también deja ver su grado de aprobación o desaprobación a las acciones realizadas por los distintos actores políticos. Es por ello que esas opiniones, generalmente sistematizadas a partir de encuestas y sondeos, pueden indicarles a los gobiernos que tan acertadas o erróneas son sus decisiones.

Sin embargo, hay que ser realistas con el actuar de un presidente. Su trabajo no tendría que ir únicamente en función de la popularidad que obtendrá de la ciudadanía. Si bien es cierto que hay actores políticos que ganan elecciones en base a su carisma o apariencia, que ejercen liderazgos populistas, al final del día su gestión debería realizarse con decisiones pertinentes y planeadas, aunque estas no siempre sean consensuadas o del gusto de la ciudadanía.

El índice de popularidad le da a un gobierno la medida del grado de control que ejerce sobre la opinión no publica, o del grado de promoción publicitaria de que está necesitada la popularidad de su equipo. La popularidad como tal no es lo mismo que la notoriedad pública, pero no puede mantenerse mucho tiempo sin ella: el plebiscito que ella significa es una variable dependiente de la publicidad temporariamente fabricada, aunque de ningún modo depende exclusivamente de ella. (Habermas, 2014, p.243)

En este sentido, la aprobación presidencial entra en tensión con las decisiones impopulares, pues de entrada el ejecutivo sabe muy bien que habrá una desaprobación de su gestión, y tomar estas encuestas como el único referente de aprobación no es la mejor idea. Aunque esto no significa desentenderse en materia de comunicación gubernamental.

(5) Finalmente, las opiniones recolectadas en encuestas son solo una manera de dar cuenta del estado de una sociedad con respecto a algún hecho, proceso, o decisión. Esta información es utilizada por periodistas y académicos para analizar y exponer la realidad social. Es decir, se convierte en una fuente primaria de datos.

Un caso específico que ha tomado bastante importancia en México<sup>36</sup> desde hace algunas décadas atrás son las encuestas de aprobación o popularidad presidencial y/o de

---

<sup>36</sup> En el caso mexicano las encuestas del trabajo del presidente se empezaron a medir de manera regular desde la administración del presidente Salinas de Gortari, aunque los resultados no eran públicos. “En mayo de 1995 el diario Reforma inició la publicación continua de los resultados de su encuesta de aprobación del trabajo del presidente. Hoy Reforma, Excélsior y El Universal presentan la medición de la evaluación del trabajo del presidente” (Beltrán, 2014).

gobierno. Este tipo de herramienta permite conocer estadísticamente el grado de aprobación de un actor político, generalmente a los titulares del poder ejecutivo o algún puesto de elección popular. Entre otras cosas, estas encuestas periódicas se llegan a ostentar como el termómetro del éxito o fracaso de un gobierno.

Puesto que el diálogo con los electores es necesariamente limitado, y las elecciones infrecuentes, las encuestas de opinión se han convertido en un dispositivo ampliamente aceptado para valorar el apoyo de que se dispone en la esfera política general. Las encuestas no sólo se utilizan para orientar las políticas, sino también para valorar el impacto de los cambios de política y la popularidad de los dirigentes políticos particulares o de los individuos que aspiran a ser dirigentes. (Thompson, 2001, p.146)

Pero, ¿hasta qué punto estas encuestas son un indicador fehaciente de la relación entre la ciudadanía y el gobierno? ¿Pueden medir las encuestas de opinión la aprobación de un presidente? O al contrario y en el sentido de esta investigación: ¿pueden medir la desaprobación de un presidente en un determinado momento y con respecto a un solo hecho?, ¿o solo pueden medirla de forma general?

La respuesta no es sencilla. Hasta aquí queda claro que en las democracias modernas no es posible gobernar democráticamente sin conocer la opinión de la ciudadanía, pues al final del día ella eligió a su representante. En ese sentido, “también se ha comprobado que las evaluaciones masivas sobre el presidente pesan en el balance de poder entre unidades gubernamentales y hacen la vida política más fácil o difícil para el presidente de lo que sería” (Brody, 1991, p. 17/ traducción propia).

Así, la expresión pública también sirve como retroalimentación al sistema político. Como se vio líneas arriba, la libertad de expresión y de pensamiento son la base para configurar la pluralidad obligada de los Estados democráticos, en donde la ciudadanía participa en la discusión pública y toma de decisiones. Pero habrá que dar un paso atrás.

---

La publicidad de las encuestas electorales es un tanto diferente. A diferencia de la aprobación presidencial, estas se realizan durante los periodos de elecciones y con fines precisos para conocer (entre otras cosas) el reconocimiento de un candidato, la opinión positiva y negativa de un candidato o partido, y la intención de voto. Este fenómeno demoscópico es distinto, y por ello “cuando las encuestas electorales fueron forzadas a “salir del clóset” por insistencia y rebelión de actores como Federico Reyes Heróles, Miguel Basáñez, Enrique Alduncin y otros vía la revista Este País, se evidenciaron sus bondades, limitaciones y ‘malos usos’” (Berumen, 2017, p. 67).

Para poder expresar una opinión, al menos en lo ideal y bajo las concepciones de Habermas y Bourdieu, un individuo necesita hacerse de información, datos ordenados y relacionados a un tema, de tal suerte que con dicho conocimiento pueda discutir con los otros sobre temas en común. Este proceso es vital para tomar decisiones, sobre todo cuando éstas afectan a un colectivo, como en las democracias.

El debate público necesita nutrirse constantemente de información de distintas fuentes a fin de forjar razones como resultado de dicha discusión, al menos en el ideal. Una de esas fuentes de información es y será el gobierno, quien en su momento se encarga no solo de administrar sino de registrar las actividades que realiza, y de rendir cuentas a la ciudadanía sobre su ejercicio.

Esta actividad del Estado es de suma importancia ya que supone un cambio de paradigma en la concepción de la ciudadanía en dos sentidos: 1) a partir de garantizar y amplificar los derechos: así la libertad de expresión y de imprenta no se limitan a disentir y difundir, sino que ahora “los individuos tienen libertad de investigación y el Estado la obligación de no poner obstáculos a esa búsqueda de información” (Marván, 2020, p.812).

2) Esto implica que el gobierno está obligado a rendir cuentas de modo vertical y horizontal a partir de distintos mecanismos de transparencia y publicidad (derecho a la información y derecho de acceso a la información). Solo a través de y con la información el individuo, la ciudadanía en general, estará en condiciones de discutir públicamente y ser contrapeso del poder estatal. Aunque la calidad del debate pueda ser discutible.

También la constitución del Estado social de nuestros días como una democracia de masas obliga a la publicidad a la actividad de los órganos del Estado con objeto de que pueda llegar a hacerse efectivo un proceso permanente de formación de la opinión y la voluntad como correctivo —y garantía de libertad— del ejercicio del poder y del dominio: «las manifestaciones de ese proceso, vitalmente necesarias para la democracia pluralista, que consisten en sustancia en la aparición de un “opinión pública” orientada en todas sus ramificaciones respecto de la actividad estatal, pueden legítimamente consistir también en un “poder” no jurídicamente sancionado siempre que se presuponga que son públicas, esto es, públicamente confrontadas con el poder estatal, obligado a su vez a la publicidad de su actuación». La publicidad embargada por las organizaciones sociales y heredada de la presión colectiva de los intereses

privados, solo puede ejercer —a partir de su colaboración en los compromisos políticos— funciones de crítica y control políticos en la medida en que ella misma sometida incondicionalmente a la notoriedad pública, esto es, a la publicidad en el sentido estricto de la palabra. (Habermas, 2014, p.234-235)

## **2.2 Aprobación Presidencial**

Los políticos tienen una larga práctica en lo que respecta a solicitar el parecer de sus electores, mediante la correspondencia o los debates cara a cara que se celebran en sus circunscripciones electorales. Sin embargo, dada la extensión de la esfera política y el gran número de no profesionales que alberga, los políticos profesionales encuentran difícil obtener indicaciones fiables del estado de la opinión pública, y por ello han de recurrir a mecanismos de estimación de varias clases. (Thompson, 2001, p.144)

Uno de ellos es la aprobación presidencial que, en palabras simples, es la percepción de la ciudadanía de qué tan bien o mal ha realizado su trabajo él o la titular del poder ejecutivo en un Estado, la cual es documentada y sistematizada a partir de encuestas con ayuda de la estadística. En un primer momento la idea es sencilla de entender y puede no presentar ningún cuestionamiento. Las dudas crecen a medida en que se profundiza en este tema.

Aunque existen encuestas de popularidad, apoyo o de preferencia para la mayoría de los políticos, generalmente las encuestas de aprobación presidencial o de gestión son exclusivas para quienes ostentan un cargo de elección popular (aunque hay quienes son servidores públicos sin elección directa de la ciudadanía). Por esta razón, en la presente investigación solo se retoman este tipo de encuestas, ya que lo que se busca analizar es la relación entre el escándalo la casa blanca y la popularidad del presidente Peña Nieto.

### ***2.2.1 Historia y principales debates***

Existe una disyuntiva entre usar la expresión de aprobación o popularidad presidencial, y esto parte de confundir la palabra “popularidad”. “Lo que llamamos popularidad es lo más comúnmente definido como el porcentaje de votantes que responden afirmativamente a la siguiente pregunta: ¿Usted aprueba la manera en que (el presidente en turno) está manejando su trabajo? No es una medición de la popularidad en el más estricto sentido. Un presidente puede ser personalmente popular y ser juzgado en fallar en su trabajo” (Lanoue, 1989, p.500/ traducción propia).

Así, la aprobación presidencial puede ser una encuesta y a veces un sondeo de opinión, lo cual implica que existan diferencias metodológicas desde su diseño hasta en su interpretación, por lo que la validez de dicha herramienta de medición será cuestionada. Por otro lado, las dudas están sobre qué exactamente miden las encuestas. Algunas miden la gestión del político, algunas otras sus habilidades políticas o personales, algunas tratan de medir ciertos hechos y relacionarlos con el gobierno en cuestión, y otras más la popularidad.

Las elecciones regulares y otros recursos (como los referendos) proporcionan mecanismos formales con los que medir y valorar el apoyo de los componentes del público en relación con políticos, partidos y políticas concretas. Sin embargo, dado que los mecanismos formales de este tipo se usan con una frecuencia relativamente baja, los políticos y otros profesionales comienzan a confiar cada vez más en un amplio abanico de mecanismos informales para valorar su margen de apoyo y el grado en que se les brinda. (Thompson 2001, p.145)

De manera general, los estudios sobre el nivel de apoyo que recibe el presidente aparecieron desde las primeras décadas del siglo XX en Estados Unidos y países europeos, pero fue hasta después de la segunda mitad de ese siglo cuando surgió el interés por el tema: “(i) La ola de los pioneros, de los tempranos setentas, (ii) la segunda ola alrededor de 1980, y (iii) la tercera ola de los tardíos ochentas.” (Nannestad y Palman, 1994, p.213/ traducción propia), y posteriormente se extendió por el resto de América y el mundo.

Para esta área se habla en específico de las funciones de popularidad, las cuales son una rama del comportamiento electoral, y se dividen en dos. Estas funciones se han hecho sobre la teoría del voto económico, la cual ha sido apoyada y criticada desde distintas disciplinas; por lo que es referente por tradición y por los resultados ofrecidos.

Basado en esto, la primer gran división es llamada *funciones del voto*, y la otra *funciones de popularidad*. Su unidad de medida es lo que las hace diferente, aunque en investigaciones más recientes se usan en combinación para mejorar los análisis.

En principio, el mejor indicador del respaldo de los ciudadanos a la gestión del gobierno es el porcentaje de votos que obtiene el partido que lo sustenta en las siguientes elecciones generales. Este es el indicador que utilizan las funciones de voto. Sin embargo, su principal problema estriba en su escasez. (...).

Un indicador alternativo del apoyo gubernamental entre la ciudadanía es el que se obtiene de encuestas periódicas de opinión. En ellas se pregunta a los encuestados por su opinión sobre la gestión del gobierno. Este es el indicador que utilizan las funciones de popularidad. Su principal ventaja estriba en su frecuencia. La abundancia de observaciones permite estimar los efectos independientes de las distintas variables económicas al posibilitar la aplicación de controles estadísticos. (...).

[Pero] en primer lugar, el indicador utilizado se obtiene a partir de una muestra y, por consiguiente, contiene un error de muestreo, cosa que no ocurre con el porcentaje de voto, que se obtiene a partir de todos los electores. En segundo lugar, no tenemos certeza sobre la fiabilidad que se puede otorgar a las respuestas dadas por los encuestados. (Bosch, Díaz, y Riba, 1999, p.172)

A pesar de que su indicador respectivo sea diferente, ambas ramas provienen de una misma raíz: la hipótesis de responsabilidad. Ésta fue construida con las ideas de Schumpeter, quien considera que los políticos luchan por obtener el voto de los ciudadanos, y formulada por Downs, que concibe a los electores como agentes racionales, los cuales calculan el nivel de responsabilidad del gobierno sobre la economía. Por lo que una buena economía sería correlacional a un alto nivel de popularidad. “En consecuencia, si la situación económica es buena, premian al gobierno con su voto; pero si la situación económica es mala, lo castigan negándole su apoyo y votando a uno de los partidos de la oposición” (Bosch, Díaz, y Riba, 1999, p.174).

Sin embargo, otros autores han optado por construir otra hipótesis que explique la popularidad política. La idea de *Policy Oriented Voting* hace referencia a que los ciudadanos votan a favor del partido que consideren podrá resolver mejor los problemas que perciben. De esta manera, dicen Bosch, Díaz, y Riba (1999), las investigaciones han encontrado que el desempleo afecta a la derecha y la inflación a la izquierda.

Estas dos hipótesis, a su vez, han servido para construir más y mejores explicaciones sobre la popularidad. Estas se pueden agrupar en tres grandes grupos que, si bien no son independientes, buscan marcar una tendencia distinta a las otros (componente económico, político y estructural). “Los modelos de voto y popularidad se acostumbran a especificar como modelos de regresión en los que la variable dependiente se estima como función de tres grupos de variables” (Bosch, Díaz y Riba, 1999, p.176).

La primera variable sería el componente económico. Ésta busca encontrar la relación entre el estado de la economía y el apoyo mostrado hacia el político. El supuesto base directo es la hipótesis de responsabilidad, vista líneas arriba. Sus corrientes principales analizan desde los enfoques de la microeconomía y la macroeconomía, ambos implican la revisión de las perspectivas de la ciudadanía con respecto a la economía individual o nacional, respectivamente.

Algunas investigaciones han encontrados hallazgos sobre que el estado económico personal raramente influye sobre el voto o que ninguna medida económica individual influye sobre el voto en las elecciones presidenciales, excepto el propio desempleo. Pero

Uno de los principales problemas para la hipótesis sociotrópica es que parece excesivamente exigente para el ciudadano medio (...). Una respuesta es que no sería necesario que los ciudadanos supieran mucho de macroeconomía para responder a las condiciones económicas —de hecho, sólo deberían formarse percepciones muy toscas—. A su vez, esas percepciones podrían ser explicadas por la cobertura mediática, líderes de opinión, etc. (...). (Bosch, Díaz y Riba, 1999, p.176)

Otros estudios han mostrado hallazgos favorables sobre el impacto del nivel microeconómico en la aprobación: la percepción individual con respecto al desempleo y la inflación, principalmente. Si ambos tienen indicadores altos es muy probable que la ciudadanía desaprobe la gestión del gobierno. Este enfoque “esquiva el exigente requisito de que la gente se entere de macroeconomía: la gente respondería a la macroeconomía (...) porque ellos y su entorno inmediato experimentan de hecho las consecuencias de la inflación y del paro” (Bosch, Díaz y Riba, 1999, p.176).

Estas corrientes también han sido relacionadas con las sociotrópicas, pues sugieren que las personas toman en cuenta su situación personal y el estado económico de la sociedad en general; y con las egotrópicas, donde el individuo analiza su economía individual y familiar (Bosch, Díaz, y Riba, 1999)<sup>37</sup>. Otra variante es si la ciudadanía evalúa al presidente pensando en el futuro o en el pasado. Los hallazgos apuntan más a un voto retrospectivo (Fiorina, 1981), pero no existe un consenso (Bosch, Díaz y Riba, 1999, p.176).

---

<sup>37</sup> Para una descripción más exacta sobre las variables sociotrópicas y egotrópicas puede revisarse Nannestad y Paldam, 1994, y Bosch, Díaz, y Riba, 1999.

Por otro lado, existen menos investigaciones dedicadas a buscar la influencia de los componentes políticos en el fenómeno de aprobación. Aquí los hallazgos son aún menos consensuados, pero han logrado dar cierta luz sobre cómo medir y analizar las variables políticas y sociales (algunas veces más cerca y otras más lejos de la esfera económica).

De acuerdo con Bosch, Díaz y Riba (1999), hay tres variables de investigación que han marcado tendencia a la hora de analizar la relación entre aprobación presidencial y política. La primera es *Rally around the flag*, la segunda es de *Coat tail effect*, y las terceras son las *dicotómicas*. Estas últimas resultan ser un compilado de variables que no han mostrado fuertes niveles de correlación o han sido muy poco estudiadas.

En 1970 Mueller publicó un texto en el que trató de establecer cuatro variables principales para analizar la aprobación presidencial: a) Crisis o depresiones económicas: un mal desempeño económico que afecte principalmente al empleo y la inflación disminuye la popularidad del presidente; b) Guerra: De ganarse puede aumentar la aprobación, o disminuirla en caso de perder. Sin embargo, las guerras no pueden ser aisladas y muy bien pueden integrarse bajo el efecto *rally*.

(c) Coalición de las minorías<sup>38</sup> considera que después de la elección, los perdedores se alían entre sí para señalar los errores, afectar la imagen del mandatario y obtener votos; d) *Rally around the flag*: Supone un mayor apoyo que los ciudadanos muestran al presidente cuando el país se enfrenta a un riesgo externo<sup>39</sup>. Sería el efecto simbólico de “reunirse” *alrededor de la bandera*, a modo de unidad nacional.

Esta última variable plantea un efecto casi siempre positivo para los presidentes, siempre y cuando la percepción de control de la situación sea positiva. De forma general, “solo una genuina variable política ha sido usada frecuentemente. Es la variable *rally around the flag* (...)” (Nannestad y Paldam, 1994, p. 217/ traducción propia).

Por su lado, el *Coat tail effect* o el arrastre electoral fue propuesto por Kramer en 1971, y se refiere a la influencia generada al juntar dos elecciones en donde las de mayor importancia o primer orden permean en las de menor o segundo orden, incluso aunque no haya una cercanía temporal muy reciente. “A pesar de que existen algunas especificaciones más sofisticadas, la manera más sencilla de modelar este efecto es introducir como variable

---

<sup>38</sup> *Coalition of minorities* es el término original de Mueller (1970).

<sup>39</sup> Podría considerarse que una emergencia o un desastre natural también lo pudiera activar.

explicativa el porcentaje de votos obtenido por el mismo partido en las elecciones de mayor rango y se espera que su coeficiente sea positivo” (Bosch, Díaz y Riba, 1999, p.179).

Finalmente, están las variables débiles, en función de los pocos estudios o resultados que existen hasta ahora para profundizar. Se les llama dicotómicas porque valen “uno cuando se produce el suceso y cero en los demás casos. Son variables definidas con el objeto de modelar fenómenos políticos impredecibles que aparecen en un determinado momento, como escándalos de corrupción, crisis de gobierno o acciones militares” (Bosch, Díaz y Riba, 1999, p.179). En esta sección hay investigaciones en la relación con la seguridad (Gómez, 2012; Romero, 2013) o los escándalos (Funk, 1996; Shah, D., *et al.*, 2002), entre otros.

La última gran rama es el componente estructural, donde existen al menos una base y cuatro principales formas para explicar la aprobación presidencial. De acuerdo con Bosch, Díaz y Riba (1999), se le llama estructural porque busca una explicación más allá de un evento o suceso específico y trata de ahondar en la relación con el sistema en donde sucede. La base de este son los votos que un partido recibe cada elección, es decir, el mínimo y promedio de votos seguros, lo que en México llamamos voto duro.

La primera variable es la *tasa de depreciación o descuento*, cuyo principal aporte es el considerar que los gobiernos anteriores siguen permeando en la popularidad del actual. Así, “tasas de descuento bajas producen un desfallecimiento muy rápido de los efectos producidos por los acontecimientos pasados (...). Contrariamente, altas tasas de descuento indican una repercusión muy duradera de los acontecimientos pasados sobre la popularidad gubernamental.” (Bosch, Díaz, y Riba, 1999, p.188).

Esta variable y las siguientes dos parecen similares, pero hay ciertas diferencias en cada una. Además, ninguna de las tres parece tener problema de compatibilidad con los fenómenos de hipermetropía y miopía del ciudadano; en el sentido de que el primero indica una visión de larga perspectiva a la hora de evaluar al presidente y su gobierno, mientras que la segunda refiere a que tan fácil suelen olvidar el pasado y se enfocan en lo más reciente.

La mayoría de hallazgos empíricos sugieren que los votantes son tremendamente miopes. Tan sólo Hibbs y Vasilatos (1981) y Hibbs (1982) encontraron signos de hipermetropía —aunque sus resultados han sido muy debatidos y algunos los juzgan cuestionables. (...)

También se ha dado el caso de encontrar mayores signos de miopía en las funciones de popularidad que en las funciones de voto. Ello es probablemente debido al hecho que las encuestas de popularidad son situaciones gratuitas que son propicias para generar respuestas impulsivas y emocionales por parte de los encuestados. (...) En vez de ello, el sufragio real se produce después de una campaña y suele ser un acto mucho más responsable y premeditado. Como consecuencia de ello, es más probable que el sufragio se base en evaluaciones a largo plazo. (Bosch, Díaz y Riba, 1999, p.189)

Como segunda explicación, el *desgaste del gobierno*<sup>40</sup> retoma un supuesto trascendente: los gobiernos pierden popularidad al no cumplir con las expectativas colocadas sobre ellos. Esta variable “intenta recoger la lenta y constante pérdida de popularidad que sufre cualquier gobierno a lo largo de la legislatura debido a su propia actividad” (Bosch, Díaz y Riba, 1999, p.180).

La tercera variable es la *responsabilidad creciente*, la cual indica el nivel de responsabilidad que el gobierno en turno tiene sobre la situación económica. Su nivel es bajo cuando recién toma el poder y aumenta cuando el tiempo transcurrido desde las elecciones es mayor. “Esta responsabilidad creciente se estima multiplicando las variables económicas por la raíz cuadrada del tiempo transcurrido desde el acceso al poder del gobierno” (Bosch, Díaz y Riba, 1999, p.180).

La última variable serían los ciclos electorales, los cuales son vistos como un proceso repetitivo entre elecciones. De acuerdo con Bosch, Díaz y Riba (1999), un ciclo electoral consta de tres fases: la *luna de miel* después de las votaciones (con una duración aproximada de 4 meses); después un *descenso de popularidad* que sería normal para todos; y finalmente un último repunte en los últimos 6 meses antes de las elecciones, lo que ayudaría al partido en turno a ganar. Sin embargo, los ciclos pueden ponerse en duda por los efectos producidos en las elecciones de nivel subnacional. Para el caso mexicano, por cierto, estos supuestos son difíciles de mantener dada la tasa de alternancia a nivel federal y estatal.

A partir de la reforma electoral de 1996, la alternancia ha sido parte de la cotidianidad de los resultados electorales en México. La sola revisión de las alternancias en el poder presidencial debería bastarnos para sostener que nuestras reglas electorales imponen las condiciones materiales que garantizan la competitividad. En 2000, 2012 y 2018 el

---

<sup>40</sup> En inglés *Cost of ruling*, la cual resulta ser un desprendimiento de la variable Coalition of minorities.

partido que ganó la presidencia fue el retador y no el *incumbent*. Sólo en 2006 ganó el *incumbent*. Si analizamos los cambios en el poder en los 300 distritos federales, vemos también que la posibilidad de que un diputado del partido en el poder pierda su distrito es una realidad tangible. (Marván, 2020, p.819)

### **2.2.2 Aprobación presidencial: definición y puntos de partida**

Hasta ahora el enfoque de esta sección fue explicar a grandes rasgos las principales ramas de la aprobación presidencial, pero aún falta detallar el concepto y sobre todo matizar algunas ideas, supuestos, para comprender este fenómeno de la opinión pública. En este sentido, Mueller (1970) se refirió a la aprobación presidencial como “las preguntas de popularidad presidencial [que] aprovechan, de manera general, la impresión [del ciudadano] acerca de la manera en que el presidente en turno parece manejar su trabajo en el momento presente” (Mueller, 1970, p.18/ traducción propia).

Sin embargo, cabe hacer algunas precisiones. Al tener que “ceñir su evaluación al presidente (y toda su gestión) en tres opciones: “aprobar”, “desaprobar”, y “no sé” se deshabilita la posibilidad de conocer un espectro sobre percepción. Por ello Mueller también señala que “con poca frecuencia se le ha preguntado [al encuestado] por qué se siente así, y muchos de los encuestados cuando se les pregunta solo pueden racionalizar vagamente su posición. Y solo a veces se le ha pedido que registre qué tan fuertemente aprueba o desaprueba [al presidente]” (Mueller, 1970, p.18/ traducción propia).

Por otro lado, Mackuen recupera la definición de Sigelman (1979), quien define el concepto como “una medición del juicio público del gobierno actual, y [la cual] puede proveer un indicador del próximo comportamiento electoral” (Sigelman, citado en Mackuen, 1983, p.165/ traducción propia). Además, para Mackuen (1983) la definición no debería causar ningún problema, por lo que el debate debe centrarse en cómo los resultados proveen para los científicos sociales un ejemplo de la opinión pública con respecto a un político y la reacción al ambiente político económico.

Varias de las ramas de investigación de la aprobación presidencial se enfocan más en el ambiente, que en la definición. Por esa razón, en el presente texto se le concibe como la percepción de la ciudadanía sobre el desempeño realizado por el titular en turno del poder

ejecutivo en un país, y que generalmente es el resultado a la pregunta de si aprueba o desaprueba el trabajo realizado, en un tiempo y espacio específicos.

Debido a la complejidad para medir la aprobación del presidente, se tomó la decisión de ubicar algunos supuestos de partida basados en la literatura existente, que si bien es extensa, no cuenta con un consenso sobre cuáles son las variables que afectan directamente a la aprobación, y mucho menos en cómo medirlas.

De esta manera, parto de siete supuestos: tres específicos desde la economía y cuatro desde la política. Sin embargo, esto no significa que esta investigación da por hecho la influencia única y directa del componente económico, por un lado, y que los supuestos no puedan estar relacionados entre sí.

(1) Parece ser que los ciudadanos hacen una evaluación retrospectiva sobre el gobierno a la hora de votar. De acuerdo con la literatura revisada, ese juicio es más sobre temas económicos como el desempleo y la inflación, dos variables que tienen indicadores constantes. De igual manera, la miopía y la hipermetropía de los ciudadanos puede ayudar a explicar cómo evalúan a los gobiernos. Sin duda, el mayor hallazgo es que la mayoría de los ciudadanos tienden a olvidar muy pronto los malos pasos del presidente, es decir, tienen miopía, y por ello en las encuestas la desaprobación es mayor que la que se podría observar en las elecciones.

Aunque esto no signifique un voto en contra del partido en las próximas elecciones. “Además, un voto es ‘la cosa real’ que puede derrocar al gobierno, mientras que una encuesta es una elección simulada sin riesgo. (...) Los resultados de la encuesta son probablemente más miopes y volátiles que los resultados de las elecciones” (Nannestad y Paldam, 1994, p.229/ traducción propia).

(2) Los políticos pierden popularidad por tasa de descuento o por desgaste al no cumplir expectativas. En el primer caso, se afirma que cualquier gobierno y presidente pierde un porcentaje fijo de popularidad mensual derivado de una cuestión natural; aquí el detalle es que no se ha podido explicar a qué responde esa natural disminución.

En ese sentido, la variable de desgaste por no cumplir las expectativas parece estar más enfocada en cómo los ciudadanos desaprueban al presidente por no saber manejar los problemas y, por ende, no cumplir las expectativas. Sin embargo, esta idea no deja ser complicada de medir o explicar debido a que tendrían que definirse claramente cuáles son

los problemas y expectativas que la ciudadanía consideraba antes de que tomara el puesto, para después medir si sobre esas mismas temáticas hubo un cambio en la percepción.

(3) No se analiza el lado económico del sexenio de Enrique Peña Nieto porque no es el objetivo propuesto por esta investigación, pero sí se revisan algunos indicadores de inflación y desempleo, para no ignorar que existen varios estudios que indican la incidencia del factor económico en los resultados electorales y en la aprobación presidencial. “Como un promedio bruto, uno debería esperar que un tercio del cambio en el voto para el gobierno pueda ser atribuido a los cambios en las condiciones económicas” (Nannestad y Paldam, 1994, p.237/ traducción propia).

(4) Además, hay una dificultad para medir los hechos y procesos políticos: con ello se hace referencia a esos fenómenos no económicos que son trascendentes en la vida social y política como la seguridad, la violencia, la corrupción o los escándalos políticos. “En ese sentido, hemos definido la hipótesis de responsabilidad solo con respecto a las variables económicas. Si se generalizan las variables políticas, no es inmediatamente claro. Algunas variables políticas son definidas cualitativamente y en una manera asimétrica” (Nannestad y Paldam, 1994, p.216/ traducción propia).

Por ello esta investigación no es estrictamente cuantitativa, porque no busca elaborar un modelo que mida en específico el impacto de un escándalo político, pero si recabar y analizar información que permita dar una lectura amplia sobre este fenómeno desde la comunicación (política).

(5) Una de las variables más interesantes es la del ciclo electoral, en el cual hay tres fases. La más sencilla de comprobar sería el periodo de luna miel, porque es el reflejo del candidato ganador de la elección. Sin embargo, las otras fases mencionadas, no podrían explicar lo sucedido en el sexenio analizado.

(6) Por otro lado, se ha explicado que el efecto *rally around the flag* es la variable más fuerte desde la vertiente política de la aprobación presidencial, pero no considero que haya existido un hecho que pudiera haber activado dicha variable de análisis en la primera parte del sexenio analizado<sup>41</sup>.

---

<sup>41</sup> La desaprobación de EPN por el escándalo de la casa blanca, y en general por el clima de desconfianza generado por los escándalos del 2012-2015, fue tan baja que una de las pocas oportunidades para activar el *rally around the flag*, como lo fueron los sismos de 2017, no sirvieron para reorganizar a la opinión pública a favor del gobierno.

(7) De acuerdo con la literatura, los escándalos son variables débiles y poco estudiadas con respecto a otras en la aprobación presidencial. Los trabajos revisados señalan que este fenómeno sólo afecta negativamente y por momentos a los registros de popularidad.

Sin embargo, estos mismos estudios ofrecen dos argumentos valiosos: primero, el cómo entender a los escándalos políticos en la popularidad del presidente; segundo, y en concordancia con la tesis aquí propuesta, que el escándalo pase de ser una variable débil a una menos débil cuando el clima político es tenso y de desconfianza a causa de varios escándalos.

### **2.3 Aprobación presidencial y escándalo político**

Los estudios sobre el componente político de la aprobación presidencial muestran acercamientos y propuestas de modelos de cómo medir estos fenómenos, sin que alguno sea establecido como el mejor. A pesar de ello, hay algunos hallazgos y propuestas interesantes de algunos autores que han abordado esta discusión: de Mueller (1971) Funk (1996), Shah *et al.* (2002), y Pérez-Liñán (2007).

Por un lado, Mueller (1971) consideró al escándalo como una variable débil con respecto a las variables que él propone en su estudio. En ese sentido dice que éste se ha estudiado en relación con las “crisis morales”. Este enfoque, según él, es una versión sociológica del fenómeno propuesta por otros intelectuales, el cual consta de un ciclo en el que cada cierto tiempo la sociedad enferma de sus valores: “Nuestras crisis morales son recreadas cada ocho años y parecen coincidir con el final de las administraciones presidenciales” (Mueller, 1971, p.32/ traducción propia).

Por su parte, Funk (1996) realizó un estudio sobre el impacto del escándalo en las evaluaciones de los candidatos. Su trabajo profundizó en la relación entre la imagen del candidato y su popularidad a partir de un escándalo. Funk reconoce la importancia de la imagen para los políticos, la cual se ve afectada por tener comportamientos contradictorios con la moral estándar de la sociedad, mismos que son publicitados por los medios. En resumen, se vuelven un cúmulo de información negativa para el político<sup>42</sup> (Funk, 1996).

---

<sup>42</sup> “Politicians involved in a personal scandal provide a useful context in which to study the role of candidate traits. The term scandal is used here as a shorthand for publicized behaviors by a politician that are in conflict with society’s moral standards. In a scandal situation, these behaviors, disseminated through the media,

El experimento de Funk consistió en aplicar una encuesta a varios ciudadanos en donde se les pidió evaluar a cuatro políticos, cada uno involucrado en un escándalo. La autora identificó y analizó tres rasgos constantes para evaluar a los políticos: la integridad, la competencia y las cualidades personales (“warmth qualities”) y su relación con un escándalo hipotético. A partir de los cuales concluyó algunas ideas que se retoman a continuación:

(1) Los ciudadanos evalúan de forma más severa a los políticos que estuvieron en escándalos financieros, en comparación con quienes estuvieron en uno de tipo sexual/marital. (2) La competencia e integridad para ejercer el cargo público pesan más que las cualidades personales. (3) Éstas últimas pueden ayudar a atenuar los efectos de un escándalo, pero nunca a anularlo. (4) Las primeras impresiones y la información sobre el político y el escándalo son importantes para la evaluación del ciudadano. (5) Finalmente, pero con menor importancia para esta investigación, parece no haber alguna correlación fuerte entre el nivel de educación de la ciudadanía y la evaluación que realizan.

Por otro lado, Shah *et al* (2002) analizaron el papel de los medios de comunicación en la aprobación presidencial. Este estudio se basó en revisar la cobertura mediática de varios medios alrededor de la situación económica de Estados Unidos y el escándalo Clinton-Lewinsky. Los autores señalan como conclusión que el *framing* (encuadre) de los medios afectó la popularidad del presidente Bill Clinton.

Las teorías del encuadre sugieren que la cobertura de noticias puede fomentar cambios en la opinión pública al promover definiciones e interpretaciones particulares de temas políticos. Esta perspectiva asume que, cuando se construye la historia de la noticia, los periodistas deben elegir entre una multitud de puntos de vista y voces. (Shah *et al.*, 2002, p.343/ traducción propia)

[Además,] esta cobertura parece ser más especial para el ámbito económico y los escándalos, ya que consistentemente emergen como nuevos temas prevaecientes en la política y, por lo tanto, probablemente se convierten en los estándares básicos que los ciudadanos usan para formar sus evaluaciones sobre los políticos. (Shah *et al.*, 2002, p.367/ traducción propia)

---

constitute negativity integrity information about the politician. Scandals, then, have clear treat implications for the politicians involved in them” (Funk, 1996, p.2).

Por lo tanto, la economía y los escándalos son dos elementos que pueden afectar de forma negativa a la aprobación presidencial. Esto debido a que los medios, y en específico los periodistas, ayudan a construir y deconstruir la imagen del presidente:

las selecciones del lenguaje, citas, y la información relevante guían [al lector] para enfatizar sobre ciertas características de la historia de la noticia y, a su vez, estructuran significativamente las respuestas de los ciudadanos hacia eventos públicos y temas al inducir un ‘tren de pensamiento’ [de los lectores o receptores de la noticia]. (Shah *et al.*, 2002, p. 367/ traducción propia)

Desde una perspectiva más amplia, Pérez-Liñán (2007) aborda al escándalo como el inicio de un problema mayor: los *impeachments*. Entre las diversas tesis propuestas en dicho texto, una de ellas explica que los juicios políticos a los presidentes y otros actores han sido utilizados, al menos en América Latina, como herramienta legal para desestabilizar a gobiernos. Al cuestionar si estos procesos son una nueva forma de golpes de Estados, el autor también pregunta por qué solo algunos presidentes son llevados a juicio y otros no.

Desde esta visión, el autor analiza cuál es la variable que puede iniciar un proceso como este: el escándalo. Para ello, Pérez-Liñán ahonda en el contexto político latinoamericano de las décadas de 1980 a principios del siglo XXI, para posteriormente hablar sobre el escándalo, los medios de comunicación, el periodismo y la aprobación presidencial.

De acuerdo con él, los escándalos políticos han jugado un papel importante en las democracias latinoamericanas, a tal grado que muchos de ellos han llevado a iniciar procesos de juicio político. Mientras que los descensos en los niveles de aprobación presidencial tienen tres explicaciones<sup>43</sup>: la imposición de reformas neoliberales impopulares; el estado de la macroeconomía; y el impacto político de los escándalos.

Después de revisar los escándalos de Bucaram en Ecuador, Pérez en Venezuela, Cubas Grau y González Macchi en Paraguay, Collor en Brasil, y Samper en Colombia, el autor señala cinco puntos importantes (Pérez-Liñán, 2007, p.123)<sup>44</sup>:

---

<sup>43</sup> Resulta innecesario explicar cada uno de estas tres variables porque ya se han revisado en partes anteriores de esta investigación. De cualquier forma, se puede revisar el texto de Pérez-Liñán.

<sup>44</sup> “The combination of case studies and qualitative analysis has presented a complex picture of the sources of popular discontent. High levels of unemployment, the imposition of neoliberal reforms, and media scandals (particularly when they involved the president directly) eroded presidential popularity and encouraged popular uprisings against these administrations. [...] The analysis also suggests three conclusions. First, it seems that

(a) “Cuando hay un problema o escándalo de larga duración es difícil tener una medición porque no se sabe cuándo termina la exposición al público” (Pérez-Liñán, 2007, p.105/ traducción propia), por lo que no es sencillo determinar el nivel de influencia en la sociedad.

(b) La combinación de lo cualitativo y lo cuantitativo da una imagen más compleja de las fuentes de descontento popular, y en este caso su impacto en la aprobación presidencial.

(c) El desempleo, las reformas neoliberales y los escándalos mediáticos son una mala combinación durante una administración porque juntos crean el ambiente propicio para los juicios políticos.

(d) Parece ser que ningún escándalo en solitario es suficiente para provocar una crisis de opinión pública, y afectar a la aprobación presidencial, pero ¿qué tal si hay varios al mismo tiempo o en forma escalonada?

(e) Parece ser que cuando una administración es débil, o no tiene un plan, solo es cuestión de que aparezca un escándalo para que este comience a multiplicarse.

Lo hasta aquí expuesto es tan solo un breve recuento sobre lo que el escándalo significa dentro de la aprobación presidencial, así como los enfoques más utilizados para analizar su impacto y relevancia tanto en la política como en la comunicación. De este modo, los argumentos que trascienden son la imagen del presidente y el papel de los medios de comunicación.

Del lado del presidente lo que más parece cuidarse es la imagen que proyecta hacia los ciudadanos y otros políticos, pero ¿cuál es exactamente la relación entre la “imagen” del presidente, la cobertura mediática y el escándalo político? Para poder explicar esta relación tripartita es necesario descomponer la “imagen” del presidente, y entender más cuáles son

---

any single scandal in isolation is unlikely to result in a public opinion crisis. In most of the cases discussed here, media exposes accumulated over time, eroding the president's reputation and making every new accusation more credible than the previous one. Second, the timing and frequency of scandals is not a product of chance. Although limited by problems of comparability, the quantitative evidence indicates that scandals are likely to multiply when an administration is weak. [...] Mass support for the president may discourage the production of media scandals, while political weakness may initiate a downward spiral of accusations and declining public trust. [...] Third, the decline in presidential approval is likely to force the removal of the president only if it translates into significant public mobilization (Hochstetler 2006). But not every form of mobilization constitutes a serious challenge to presidential survival.” (Pérez-Liñán, 2007, p.123).

los dos componentes que sustentan la representación mental, simbólica, del político en la ciudadanía: la confianza y la reputación.

### ***2.3.1 Confianza y reputación***

Generalmente empresas, celebridades y políticos se preocupan por “verse bien” ante el público. Algunos otros velan por su reputación ante la sociedad, mientras que otros procuran mantener o aumentar la confianza que reflejan hacia los demás. Sin embargo, estos tres “valores” que parecen ser muy significativos hacen referencia a la imagen de una persona o marca. ¿Pero qué es la imagen sino la percepción de los otros sobre alguien o algo?

Pues bien, la imagen es el “cómo nos ve la gente, qué piensa de nosotros o qué impresión tiene de nuestra compañía. En cuanto a la reputación, es similar a la imagen, pero se gana con el tiempo” (Santana, 2013, p.327). En ambos casos se habla de fenómenos de percepción: de lo que los otros ven. En ese sentido, parece ser que no hay nada que hacer para mantener, aumentar o incluso evitar perder valor en imagen y reputación, ya que no depende de quién la proyecta, sino de quienes la ven.

¿Pero se puede tener la capacidad y los recursos para cambiar la percepción de los otros? Para muchos especialistas e interesados la mejor arma reside en el uso del poder simbólico para mantener y restaurar las bases de la imagen pública (la confianza y la reputación). Así, el poder simbólico y los recursos de este mismo pueden tratar de guiar lo que los otros ven para proyectar ciertas características y ocultar otras, dependiendo los intereses de cada persona.

Pero, ¿por qué los políticos parecen ser los más preocupados en mantener la confianza de la opinión pública y tener una buena reputación? En las democracias modernas los políticos profesionales deben competir frecuentemente en elecciones contra otros para obtener un puesto dentro del gobierno, y la mayor de las veces lo hacen con el apoyo de partidos políticos, que a su vez pertenecen a un sistema de partidos.

Sin embargo, para que esto funcione y sea legítimo es necesario que existan reglas, además de organizaciones dedicadas a vigilar los procesos electorales acorde con lo establecido; a esto se les conoce como instituciones (Thompson, 2001). Pero estas condiciones se llevan a cabo sólo en los regímenes democráticos liberales. De esta forma,

dichas condiciones llevan a los políticos a enfrentarse por el voto de la ciudadanía y para ello se valen de distintos recursos (algunos más intrínsecos a cada candidato).

Esta lucha por el voto se basa en ciertas formas de hacer política. En la actualidad, de acuerdo con Thompson (2001) y Pérez-Liñán (2007), los políticos se enfrentan en un contexto en donde la credibilidad es un valor igual o más importante que los recursos materiales para las campañas. De este modo se habla de la “política de la confianza”, la cual se puede entender como “una forma de política que se basa cada vez más en los específicos programas de acción política que ofrecen los partidos políticos” (Thompson, 2001, p.158).

Esto significa que los votantes se fijan más en aquello que los políticos proponen para solucionar los problemas, pero además (y con mayor importancia) buscan señales que les hagan creer que el candidato realmente resolverá las problemáticas y cumplirá sus promesas, ya que

el mundo moderno se muestra cada vez más como un lugar desconcertante en el que no existen soluciones simples, y en el que es preciso tener cada vez más fe en que nuestros dirigentes políticos serán capaces de realizar juicios sensatos y de proteger nuestros intereses. En este contexto, la cuestión de la credibilidad y la veracidad de los dirigentes se convierte en un asunto de creciente importancia. (Thompson, 2001, p.158-159)<sup>45</sup>

Como se discutió en el capítulo anterior, los avances tecnológicos en la comunicación han traído un sin fin de cambios en la forma en que se realiza la vida social y personal. Entre estos se destaca el paulatino cambio en la forma en que los políticos usan los medios de comunicación para hacerse públicos (visibles), de tal forma que gran parte de su vida privada ha pasado a ser del dominio público.

Aunque en principio una mayor exposición ante la sociedad es benéfica para ellos, esta se vuelve contraproducente cuando lo que circula por los medios es un mensaje que

---

<sup>45</sup>“Las personas empiezan de este modo a preocuparse más por el carácter de los individuos que son (o que pueden convertirse en) sus dirigentes, y también comienzan a interesarse más por la cuestión de su veracidad, ya que éste es, cada vez más, el principal medio de garantizar que las promesas públicas se puedan convertir en realidades y de que las decisiones difíciles que es preciso tomar ante una situación de complejidad e incertidumbre puedan adoptarse sobre la base de juicios sensatos. La política de la confianza adquiere así una importancia creciente, no porque los políticos sean inherentemente menos veraces hoy en día que en el pasado, sino porque las condiciones sociales que antaño habían asegurado su credibilidad se han visto erosionadas.” (Thompson, 2001, p.159).

afecta su imagen: como los escándalos. Un evento mediático como este es una gran prueba de credibilidad<sup>46</sup> a la que un político debe enfrentarse.

La dificultad está en que de no manejar bien la situación (como un escándalo), el político perderá la confianza de la ciudadanía, y a largo plazo su reputación será tan débil que no conseguirá los sufragios suficientes para ganar la contienda electoral. Es decir, estaría socavando una de las fuentes de su legitimidad como titular del Estado. Por ello, los actores políticos tienen que usar todos los recursos a su alcance para posicionarse positivamente ante los ciudadanos.

Uno de esos recursos es el poder simbólico, que “es la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos, influir en las actuaciones y creencias de otras personas y de hecho poder crear así, mediante la producción y transmisión de formas simbólicas, ciertos tipos de acontecimientos” (Thompson, 2001, p.140). Quienes usan este tipo de poder utilizan recursos materiales y simbólicos para tratar de influir en la percepción de las personas.

Parte de esos recursos son la reputación y la confianza. Estos son clave para la imagen, pero también para poder ejercer el poder simbólico (Thompson, 2001). En pocas palabras, y en el sentido de Bourdieu, son capital imprescindible para cualquier actor. La primera es un recurso, capital valioso, para cualquier persona; ésta se basa en una construcción constante y de largo plazo, para usarla primero es necesaria su acumulación.

La reputación también es importante para empresas, gobiernos y celebridades. Así, ésta se puede entender como “el aprecio o estima relativa que un determinado grupo de personas concede a un individuo o una institución. Cuanto más alta es la estima y mayor el rango de individuos que la conceden, más elevada es la reputación” (Thompson, 2001, p.340). Pero no hay que olvidar dos aspectos: quienes conceden la “estima” son los otros, siempre a partir de lo que perciben; y que para ser acreedor a dicha evaluación es necesario manifestar públicamente ciertos comportamientos.

De acuerdo con Thompson (2001), la reputación puede encontrarse en dos formas: La primera está ligada a la habilidad porque refiere a que tan diestra es una persona para

---

<sup>46</sup> Sobre esto, Thompson (2001, p.159) agrega: “Cuanto más se orienta nuestra vida política hacia cuestiones relacionadas con el carácter y la confianza, más significado concederemos a todas aquellas ocasiones en que la veracidad de los dirigentes políticos sea puesta en cuestión. Cuanto más debamos confiar en que sea la integridad de los políticos lo que les impulse a dar cumplimiento a sus promesas y cuanto más necesario sea confiar en su capacidad para proceder según juicios sensatos, tanta mayor significación otorgaremos a aquellas ocasiones en que las debilidades de carácter y los fallos de juicio sean expuestos en el primer plano del foro.”

manejar alguna herramienta, instrumento, o realizar un trabajo específico; mientras que la segunda es acerca del comportamiento de la persona, la cual proyecta una imagen de integridad y digna confianza. Ambas son un recurso que debe procurarse ya sea mediante la práctica constante de las habilidades o de una conducta constante y coherente.

En general, la reputación cuenta con cuatro características (Thompson, 2001): a) Es un recurso que se acumula lentamente y que necesita bastante tiempo para considerarse como “buena”; b) Es fuente de desacuerdos y disputas porque quienes realizan el juicio sobre las habilidades o el carácter de la persona no usan ni los mismos parámetros ni son objetivos; c) Es un recurso que no se desgasta al usarse de manera correcta y siempre aumenta cuando las habilidades y la confianza de la persona se mantengan o mejoren. d) Es frágil y vulnerable. Un mal uso puede agotar el capital o disminuirla considerablemente. Dependiendo el uso, la reputación de una persona puede quedar marcada y jamás recuperarse.

Esto deja clara la amenaza que los escándalos representan para políticos, pues quien se involucre en uno difícilmente saldrá sin daños. Para quien ocupe un puesto público la mejor decisión tal vez será no optar por la reelección o bien alejarse del “ojo” público por un buen tiempo, apelando al olvido de la ciudadanía. Sin embargo, esta posibilidad dependerá de varias condiciones entre las que está la comunicación. Sin un buen manejo del escándalo lo más probable es que el político pierda su reputación y su confianza.

Por su lado, la confianza es una de las bases de las relaciones sociales y del poder político. A partir de supuestos racionales y emocionales las personas deciden relacionarse en formas de cooperación mutua. En otras palabras, es una “forma de limitar la libertad de las instancias con las que uno se relaciona en aquellas situaciones en las que existe incertidumbre o riesgo, y sin embargo las propias acciones y decisiones dependen de las acciones de esas instancias” (Thompson, 2001, p.346).

Así, la confianza es probabilidad, pero no siempre en el sentido de la estadística y la exactitud de los cálculos, sino en el de la evaluación personal y contextual que un individuo realiza antes de realizar una acción en conjunto con alguien. Confiar es cooperar con el otro sabiendo que existe la posibilidad de que el otro falle, pero pensando en que no lo hará.

La confianza tiene ciertas características que vale la pena mencionar (Thompson, 2001, p.347-348): a) no se agota como recurso y se expande con el uso, pero cuando un individuo deja de interactuar decrece, a diferencia de la reputación que puede quedar

relativamente estable en un lapso. b) es frágil y vulnerable ante acciones que puedan reducir sus niveles; c) la confianza de alguien puede aumentar mediante acciones que fijen parte de su credibilidad en cartas, contratos, discursos, procesos formales, etc. Este recurso facilita al político el apoyo de la ciudadanía fuera y dentro de las urnas; además, le ayuda en sus tareas políticas y le abre puertas de cooperación.

La confianza y la reputación no surgen por generación espontánea, dependen de la percepción del otro y son un capital que debe acumularse, por lo que podría decirse que están relacionadas: la primera sería un indicio para generar la segunda. “No obstante, hay otros factores que también pueden desempeñar un papel en lo que hace a la génesis de formas más elaboradas de confianza social” (Thompson, 2001, p.347).

Sobre este punto vale la pena retomar el pensamiento de Max Weber sobre dominación<sup>47</sup> y legitimidad. Por un lado, dominación hace referencia al mandato y la obediencia entre los sujetos de un grupo. Quien manda necesita justificar o dar razones de por qué se le debe obedecer, y quien acata las reglas debe creer que ese conjunto de razones constituye un orden legítimo o con legitimidad (Weber, 1994; Martínez-Ferro, 2010).

Desde la perspectiva del político, la legitimidad es el fundamento en el que se basa o auto justifica el poder de un político al frente del Estado. Desde la vista de la ciudadanía es la creencia<sup>48</sup> que tienen las personas sobre un conjunto de mandatos que consideran válidos y obligatorios (Martínez-Ferro, 2010). Con base en la perspectiva de Weber, confianza también es creer, porque quienes (des) aprueban, (des) confían y (des) obedecen en un político tienen distintas motivaciones para hacerlo: ya sea por cuestiones meramente racionales (legalidad), tradicionales o carismáticas (Weber, 1994; Martínez-Ferro, 2010; Ainaga 2011).

El no contar con la confianza necesaria puede provocar distintos problemas. Por un lado, de acuerdo con Thompson (2001), una creciente desconfianza en los políticos o en el gobierno apunta a buscar mecanismos que aumenten la confianza. Sin embargo, sin un

---

<sup>47</sup> Weber hace una distinción entre poder y dominación. Por un lado, el poder como relación social unilateral impone la voluntad de A sobre B, con la posibilidad de utilizar la violencia como recurso para conseguirlo. El monopolio de la violencia (y por lo tanto el poder político) le pertenece al Estado. Por dominación, se entiende una relación social de negociación en el que por distintas razones hay personas que están dispuestas a obedecer a quien manda, pues consideran la existencia de un beneficio en ello y creen en la validez de ello. (Weber, 1994; Martínez-Ferro, 2010; Ainaga, 2011)

<sup>48</sup> O aquello que les hace creer.

cambio de raíz estos serán insuficientes porque los factores que hacen desconfiar a los otros seguirán ahí, y pueden profundizar el problema.

Además, siguiendo con Thompson, los contextos de desconfianza llevan a los políticos a presentarse en diferentes maneras ante los ciudadanos con tal de obtener su apoyo; mientras que estos últimos tienden a enfocarse más en el aparente carácter que perciben que en las competencias que realmente dicen tener. Justo como se explicó en la política de desconfianza.

Niveles de desconfianza altos debilitan las interacciones sociales que son la base de las democracias: la cooperación y la participación ciudadana; además de generar apatía, desinterés y desconfianza en todos los niveles de gobierno y políticos sin distinción. Desde la perspectiva de Weber (1994), estos climas de gran desconfianza son perfectos para políticos populistas o demagogos que buscan acceder al poder a partir de grandes campañas de comunicación.

Los niveles de aprobación presidencial y los datos de otras encuestas similares serían las primeras señales en mostrar que la desconfianza y la reputación del gobierno, junto con su legitimidad, están decreciendo. Aunque como se ha visto, la interpretación de estos instrumentos de medición sigue siendo un debate abierto. Sobre todo en el caso de los escándalos.

Uno de los peligros de los escándalos políticos consiste en que pueden contribuir a generar una actitud de profunda desconfianza entre algunos sectores de la población, lo que llevaría a la generalización de unos decrecientes niveles de interés y participación. Un cierto grado de suspicacia y desconfianza puede revitalizar a una sociedad democrática, creando una cultura que se interese por la crítica y el debate y generando una constante presión en los gobernantes capaz de propiciar una mayor transparencia y una mayor obligación de tener que rendir cuentas. Pero una generalizada actitud de cinismo y profunda desconfianza puede tener el efecto opuesto, llevando a que algunos sectores de la población se desentiendan completamente del proceso político. Y una sociedad en la que importantes sectores de la población hayan renunciado de hecho a participar en el proceso político, dando la espalda a un sistema político que consideran irremediabilmente manchado o corrupto, no es una sociedad que disfrute de una democracia fuerte y vital. (Thompson, 2001, p.357)

De esta forma, el escándalo y otros factores son una amenaza potencial para los políticos y para la democracia. Los primeros pueden reducir drásticamente sus posibilidades de obtener el apoyo de la ciudadanía, en especial el voto. Para quienes ya obtuvieron ese tipo de apoyo, lo que está en riesgo no es solo su reputación y confianza presente, sino repercusiones en el apoyo mostrado hacia propuestas políticas, leyes o programas, y también sería fuente de tensiones políticas, dificultades para concretar relaciones de cooperación con otros políticos y sectores de la población importantes.

Por último, una de las pérdidas más grandes sería la posibilidad iniciar un juicio político y/o de ocupar un puesto público otra vez. Que en suma no es más que referirse nuevamente en a problemas de legitimidad, cuya explicación puede darse desde una visión normativa (Weber) o ética (Habermas).

En este sentido, la aprobación presidencial, aun con todas sus dificultades es un termómetro imperfecto que mide la confianza y la reputación del presidente. Y por ello resulta vital entender que un escándalo no controlado adecuadamente puede convertirse en la punta de lanza que derribe al titular del ejecutivo. Para evitarlo se deben usar los recursos con los que se cuenta a la mano: principalmente el simbólico.

Como se menciona en el capítulo anterior, los escándalos políticos en la época actual circulan a través de los medios de comunicación y son ricos en componente simbólicos, los cuales detallan y narran los acontecimientos señalados. Estos fenómenos de comunicación representan una lucha entre quienes señalan y quienes son señalados.

De este modo, los escándalos son “luchas por el poder simbólico en las que los individuos implicados tratan de orientar activa y a veces obstinadamente el impacto de la evolución de los acontecimientos sobre su reputación y su carrera, y el resultado de esas luchas variará de un caso a otro” (Thompson, 2001, p.343). Esas luchas se dan en la arena mediática y las “armas” son los contenidos simbólicos: las declaraciones, las pruebas materiales que afirman lo sucedido como la ropa, facturas, cartas, videos, etc.

Cuando un político está involucrado en un escándalo no puede no hacer nada y esperar a que se olvide (claro está que no todos los escándalos son iguales). Por ello, lo recomendable es que los políticos cuenten con asesores de comunicación que tengan un plan de comunicación de crisis, pues ellos conocen de mejor forma cómo manejar este tipo de situaciones en el ámbito simbólico.

Las acciones simbólicas del político, en este caso como presidente, son importantes porque marcan un estilo de comunicar y de actuar durante su administración. Cuando hay problemas estas acciones simbólicas son importantes para el performance en público. Para Mackuen (1983), la parte simbólica es importante porque podría configurarse como una variable que explique los efectos del escándalo en la aprobación presidencial.

Él considera que la parte simbólica del presidente sería su “aura de autoridad”, la cual está basada en las acciones simbólicas que sacian la necesidad de seguridad de los ciudadanos con respecto al trabajo que desempeña el político (confianza en términos de Thompson). Así, como Edelman señala (citado en Mackuen, 1983, p.166/ traducción propia), “para la mayoría de los hombres, la mayor parte del tiempo la política es una serie de imágenes en la mente, colocadas ahí por las noticias de la televisión, periódicos, revistas y debates.” Además, dice Mackuen:

Poco de lo que hace el presidente afecta directamente la experiencia personal de los ciudadanos. Ellos solo pueden juzgar su calidad a partir de su habilidad para evocar las apropiadas respuestas simbólicas cuando actúa. La idea de que la actuación presidencial en el escenario público puede moldear su popularidad parece suficientemente razonable. (1983, p.166/ traducción propia)

Es plausible que a la hora de evaluar los ciudadanos juzguen la capacidad del político para hacer su trabajo y el de darles seguridad sobre las labores que realiza. Esta perspectiva es importante porque refuerza lo que ya se ha dicho con respecto a dos puntos: el manejo de los escándalos desde la parte de la comunicación; y la importancia de los medios de comunicación, en especial en su rol dentro de la formación de la opinión pública y su papel en la aprobación presidencial.

### **3. La nueva era del Partido Revolucionario Institucional**

El presente capítulo relata los puntos clave que caracterizan, quizás, a uno de los sexenios presidenciales más mediáticos y escandalosos del siglo XXI. La primera parte explica el marco espacio temporal en el que se movió el presidente y su gobierno en aras de consolidar su proyecto de nación. La segunda parte detalla dos hechos de gran magnitud que minaron la reputación y la confianza del ejecutivo, así como el escándalo político financiero que consolidó la desconfianza hacia el presidente. Finalmente, la tercera parte aborda algunos puntos relevantes del resto del sexenio.

Una cuestión fundamental para entender esta investigación es el presidencialismo. Este fenómeno político ha sido una característica de México que ha marcado la vida política del país desde la independencia del mismo. Un proceso que a lo largo de casi dos siglos ha ido cambiando. Algunas veces ha servido como una variante fuerte y otras de forma más débil para explicar la realidad sociopolítica de México.

El Presidencialismo como concepto ha sido estudiado particularmente desde la Ciencia Política para describir y analizar aquellas formas de gobierno “donde la división de poderes prevista en la constitución queda en papel sin aparecer en la práctica, ya que el Legislativo y el Judicial quedan enteramente subordinados al Poder Ejecutivo, y donde lo mismo ocurre con los poderes locales de los Estados” (Cosío, 1996).

En otras palabras, y en el sentido de esta investigación, el presidencialismo es la centralidad y visibilidad que adquiere la figura del presidente en un país a partir de las capacidades legales y/o meta-constitucionales que posee y con las cuales establece una forma única de gobernar, y que algunas veces implica relaciones de tensión y dominación con los otros poderes del Estado (Cosío, 1996; Bernal, 2007; Espíndola, 2004). Esto también significa que gran parte de las decisiones o el rumbo del país son tomadas por el poder ejecutivo.

El presidencialismo en México ha permitido a los presidentes obtener beneficios a partir de los amplios márgenes de maniobra legales y fuera de la ley. Sin embargo, este fenómeno de corte jurídico-politológico ha encontrado nuevos y viejos obstáculos que justamente buscan reducir su actuación fuera de la ley a través de distintos mecanismos e instituciones del Estado. A pesar de ello, esto no ha significado una eliminación de prácticas

meta-constitucionales y/o una disminución en la representación central jerárquica y de poder que ocupa el presidente para los otros políticos, pero también para la ciudadanía.<sup>49</sup>

Con esta premisa, el presente sexenio de Enrique Peña Nieto se enmarcó como parte un contexto específico en el que el otrora partido hegemónico de Estado regresó al poder ejecutivo, sin embargo, gran parte de las relaciones y la forma de hacer política durante el siglo XX desaparecieron. Situación que llevó al presidente y al partido a rehacer sus interacciones con las otras fuerzas políticas y de la sociedad civil (Cossío, 1996; Bernal, 2007).

### **3.1 La elección del 2012**

Doce años pasaron desde la primera alternancia presidencial en México. El 2012 fueron las elecciones en las que el PRI (Partido Revolucionario Institucional) con Enrique Peña Nieto como candidato, el PAN (Partido Acción Nacional) con Josefina Vázquez Mota, el PRD (Partido de la Revolución Democrática) con Andrés Manuel López Obrador (segunda ocasión)<sup>50</sup> y Gabriel R. Quadri del partido Nueva Alianza se enfrentaron por conseguir el voto de la ciudadanía.

De ese proceso electoral salió victorioso Enrique Peña Nieto con un porcentaje de votación del 38.2% del total. El competidor más cercano se quedó con el 31.6% de los votos, es decir, a poco más de 6 puntos porcentuales del primer lugar<sup>51</sup>. Por su parte, la jornada electoral transcurrió sin mayor problema, salvo algunos eventos que fueron denunciados<sup>52 53</sup>.

Por otro lado, el entonces Instituto Federal Electoral (IFE) y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) recibieron numerosas demandas de juicios de inconformidad, sobre diversas materias, antes y después de los resultados. Una de las más importantes fue el juicio que promovió la coalición “Movimiento Progresista”, del candidato

---

<sup>49</sup> Sobre este tema pueden revisarse los textos de Jorge Carpizo (1999), Lorenzo Meyer, Arnaldo Córdova, y Juan Espíndola, entre otros.

<sup>50</sup> La primera fue en las elecciones de 2006 también con el PRD, frente a los candidatos del PAN Felipe Calderón Hinojosa, Roberto Madrazo Pintado del PRI, Roberto Campa de Nueva Alianza y Patricia Mercado del Partido Alternativa Socialdemócrata.

<sup>51</sup> IFE. (2012). Cómputo Final, Calificación Jurisdiccional de la Elección, Declaración de Validez y de Presidente Electo de los Estados Unidos Mexicanos.

<sup>52</sup> Sobre este tema se puede revisar el reporte hecho por Nick Miroff y William Booth (2012) para The Washington Post.

<sup>53</sup> “La Fepade reportó que durante el proceso electoral federal -del 7 de octubre de 2011 al 15 de agosto de 2012-, se iniciaron 3 mil 091 averiguaciones previas; resolvieron mil 589 y mil 103 las consignaron a juzgados penales; 221 han obtenido sentencias condenatorias”. (Redacción AN 2012).

Andrés Manuel López Obrador, la cual demandó la nulidad de la elección a presidente de la república.<sup>54</sup>

Sin embargo, en términos generales la Sala Superior del TEPJF resolvió la impugnación y desestimó los planteamientos expuestos (IFE, 2012) porque no encontró elementos suficientes para declarar la nulidad de la elección presidencial (López, 2014, p.61), a pesar de que las investigaciones de fiscalización de las elecciones no estaban agotadas en su totalidad<sup>55</sup> (López, 2014; Vázquez, 2015).

Otro aspecto relevante de estas elecciones fue la participación de la sociedad civil. En este caso sobresalió el Movimiento estudiantil #YoSoy132: en el cual los estudiantes de distintas universidades del país se organizaron para denunciar los principales problemas de la democracia mexicana frente a las elecciones de 2012.

El movimiento coyuntural de #YoSoy132 fue una serie de acciones políticas<sup>56</sup> que tuvieron presencia y ciertas repercusiones en el proceso electoral de 2012. Esto se tradujo en marchas, mítines, debates y hasta monitoreos de los medios de comunicación durante este periodo, pero “#YoSoy132 no cuenta [ó] con una agenda clara y se define [ió], más bien, a partir de su común rechazo a las prácticas de desinformación que han caracterizado la vida pública mexicana desde hace décadas” (Volpi, 2012).

Aunque el movimiento no trascendió más allá de algunos meses después de la toma de posesión de Enrique Peña Nieto, si logró crear tensiones socio políticas mientras existió. Además, fue el primer referente para EPN de que la juventud mexicana estaría al pendiente de su gestión y que se organizaría de ser necesario. Esta elección no solo implicó el regreso del ex partido hegemónico a la presidencia, sino la puesta en marcha de nuevas alianzas políticas para asegurar y legitimar la serie de reformas que el PRI buscó implementar durante su gobierno, el Pacto por México.

---

<sup>54</sup> Ver el expediente del caso IFE (2012)

<sup>55</sup> “Asimismo, consideró que, dada la solidez de la investigación realizada por la Unidad de Fiscalización, no existían indicios suficientes como para que la autoridad realizara el levantamiento de velo e indagara de forma más profunda a las empresas”. (Vázquez, 2015); “por el otro, de quejas que la coalición Movimiento Progresista había presentado ante el IFE y la FEAPDE, mismas que se habían traducido en líneas de investigaciones, pero que todavía no concluían. Y aquí fue donde surgió el problema ya mencionado: el desfase estructural, en nuestro andamiaje electoral, si se quiere condicionar la validez de una elección presidencial a este tipo de agravios.” (López, 2014, p.52)

<sup>56</sup> “miles de jóvenes agrupados por el movimiento estudiantil 'Yo soy 132' han salido a la calle para protestar por la victoria del líder del PRI y pidiendo más libertad, más democracia y mejor información en los medios de comunicación.” (El Mundo, 2012).

### 3.2 El Pacto por México

En 2012 después del sexenio calderonista, altamente cuestionado por la violencia generada en el país y la fallida guerra contra el narcotráfico<sup>57</sup>, México entró a una nueva etapa de la mano de Enrique Peña Nieto. De esta forma, ese fin de año el PRI inauguró lo que pudo ser una nueva era de auge para el partido y su clase política.

El nuevo gobierno aprovechó la primera parte del sexenio para avanzar en su proyecto de transformación estructural, el cual permitiría a México progresar en seis ámbitos importantes y lo posicionarían a nivel mundial.<sup>58</sup> Pero los cambios de cada una de estas reformas obligaron al presidente y al PRI a negociar con los principales partidos políticos, razón por la cual necesitó asegurar el apoyo de quienes tenían el resto del poder del Congreso de la Unión<sup>59</sup>, pero también el de diferentes actores de la sociedad civil y empresarial.

En 2012 la Cámara de Diputados quedó de la siguiente manera: PAN 114, PRI 213, PRD 103, Partido del Trabajo (PT) 15, Partido Verde Ecologista de México (PVEM) 28, Movimiento Ciudadano (MC) 17, Nueva Alianza (NA) 10. Mientras que la de Senadores se integró: PAN 38, PRI 54, PRD 22, PT 5, PVEM 7, MC 1, NA 1.

De ahí se entiende que el Pacto por México (PM) fuese un contrato político entre las principales fuerzas partidistas de ese entonces, el PRI, el PAN, y el PRD<sup>60</sup>. “La actuación de Enrique Peña, de sus colaboradores y su partido, darían cuenta de su capacidad para impulsar varias propuestas que durante los doce años del mandato panista derivaron en polémica interna del PRI” (Arrieta y Ramírez, 2016, p.127).

Así, el Pacto por México fue la estrategia política de cooperación más importante de la historia política de México en el siglo XXI, no solo por la sinergia en el sistema de partidos y actores políticos, sino por los retos en materia jurídica para los legisladores:

---

<sup>57</sup> “Cuando Peña Nieto asuma la presidencia en diciembre, el heredará la encarnizada y ensangrentada confrontación contra los cárteles de droga mexicanos que consumieron el mandato de Calderón y dejaron 60,000 muertos” (Miroff y Booth 2012; traducción propia).

<sup>58</sup> “El anuncio y firma del PM se produjo al día siguiente de la toma de posesión del presidente Peña Nieto. El documento contenía cinco grandes capítulos: ‘Sociedad de derechos y libertades’; ‘Crecimiento económico, empleo y competitividad’; ‘Seguridad y justicia’; ‘Transparencia, rendición de cuentas y combate a la corrupción’, y ‘Gobernabilidad democrática’” (Sosa, 2019, p. 11.).

<sup>59</sup> La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 135 establece que “para que las adiciones o reformas lleguen a ser parte de la misma, se requiere que el Congreso de la Unión, por el voto de las dos terceras partes de los individuos presentes”.

<sup>60</sup> A través de los dirigentes nacionales: Gustavo Madero del PAN, Jesús Zambrano del PRD y Cristina Díaz Salazar del PRI.

Para entonces [mediados de 2014], habían sido negociadas y aprobadas 10 reformas, “estructurales” o “transformadoras” como se les llamó desde el gobierno. Eran, en orden cronológico de promulgación, las siguientes: la educativa, la de la *Ley de Amparo*, la de telecomunicaciones, la hacendaria, la energética, la financiera, la política, la de transparencia, la del *Código Nacional de Procedimientos Penales* (CNPP) y la de competencia económica. (Sosa y Leyva, 2019, p.21)

En un intento por seguir trabajando juntos más tiempo, los partidos firmaron un *Adendum* para llevar a cabo el proceso electoral de 2013 en una sana competencia. Situación que no sucedió porque, de acuerdo con el PAN y el PRD, hubo injerencias de los gobiernos priístas en las elecciones. Además, los partidos manifestaron tensiones debido a algunos desacuerdos en las reformas política, educativa, energética y fiscal (Arrieta y Ramírez, 2016; Sosa y López, 2019).

A finales del 2013 el primero en dejar la relación de colaboración fue el PRD, bajo la dirigencia de Jesús Zambrano. Por su lado, el PAN con Gustavo Madero se quedó un tiempo más para terminar sus compromisos reformistas. Fue en agosto de 2014 cuando EPN dio un mensaje a nivel nacional donde, a propósito de la reforma energética, informaba que el trabajo legislativo había terminado, lo que significó el regreso de los partidos a sus bases, y el fin del pacto (Sosa y López, 2019).

Entre los más afectados estuvieron el presidente de la república, su gobierno y el PRI, cuya imagen se ha desdibujado y han tenido que pagar elevados costos políticos. Actuando de manera reactiva, a la defensiva, el gobierno, con un presidente con niveles de aprobación muy bajos, flota a la deriva. (Zepeda, 2017, p.29)

### **3.3 2014: Dos errores previos**

A inicios de 2014 Enrique Peña Nieto era presentado ante la sociedad como un presidente exitoso porque en febrero de 2013 el gobierno mexicano logró la aprehensión de “La Maestra” Elba Esther Gordillo, lo que significó un acto “para dejar claro que soplan nuevos vientos de cambio en México y reafirmar la autoridad de su presidencia” (Prados, 2013) y en febrero de 2014 recapturó a Joaquín Guzmán Loera, “El Chapo”, en Mazatlán, Sinaloa.

Ese mismo mes, la portada de la revista estadounidense *TIME*<sup>61</sup> enmarcó lo que parecía ser un sexenio exitoso. “Hasta mediados de 2014, el presidente Enrique Peña Nieto (EPN) transmitía una imagen que parecía exitosa: la de un presidente reformista, incluso modernizador, arrojado y valiente por lograr cambios muy importantes en sus primeros dos años de gobierno” (Sosa y Leyva, 2019, p.21).

En ese entonces tampoco existía una fuerte oposición política, puesto que el PAN y el PRD habían dejado la alianza partidista poco tiempo antes. Por su lado, López Obrador estaba enfocado en institucionalizar al Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) como partido a nivel nacional, lo cual logró en julio de 2014 (Saldierna, 2014).

Sin embargo, la situación estaba por cambiar: dos sucesos de tamaño local se convirtieron en la punta de un iceberg que empezó a complicar el plan de gobierno: Tlatlaya y Ayotzinapa. Estos casos pudieron quedarse solo como sucesos locales y no tomar relevancia a nivel nacional, pero la actuación del presidente y de los encargados directos del caso no sólo provocaron lo contrario, sino que minaron el resto del sexenio. Así, el desempeño de EPN fue relegado y cuestionado poco a poco. Los logros del presidente de las “reformas” parecían desvanecerse.

La madrugada del 30 de junio de 2014 en el municipio de Tlatlaya, Estado de México, un convoy del ejército mexicano tuvo un enfrentamiento con un grupo de personas. El resultado fueron 22 civiles asesinados al interior de una bodega, y tres mujeres que sobrevivieron. En un inicio el suceso fue reportado por los medios de comunicación como un acto contra la delincuencia, pero a partir de investigaciones periodísticas más profundas sobre los hechos, la sociedad civil hizo eco de posibles violaciones a derechos humanos. Esto se convirtió en el primer escándalo relevante del sexenio.

En un intento por finalizar de forma rápida lo sucedido, la PGR (Procuraduría General de la República) trató de justificar los hechos como parte del combate a la delincuencia<sup>62</sup>. Sin

---

<sup>61</sup> La portada de dicha revista se publicó en las primeras semanas de febrero de 2014. En ella aparece Peña Nieto con el título “Saving Mexico” (Salvando a México). Al interior una entrevista con el presidente y los entonces Secretario de Gobernación, Miguel A. Osorio Chong, y Secretario de Hacienda y Crédito Público, Luis Videgaray.

<sup>62</sup> “El 1 de octubre [de 2014] pasado, la Procuraduría General de la República (PGR) dijo que acusaría de homicidio a tres soldados por este caso. En conferencia de prensa, el procurador Jesús Murillo Karam explicó que ‘hubo un enfrentamiento entre personal militar y un grupo de delincuentes’; sin embargo, ‘al cesar los disparos ingresaron a la bodega tres militares y realizaron una secuencia nueva de disparos sin justificación alguna’ (Zepeda M., 2014).

embargo, las declaraciones e informes de la PGR, la Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA) y la Secretaría de Marina (SEMAR) no concordaron entre sí: se apuntó a que no existió un consenso entre qué militares estuvieron presentes en el ataque, quién dio la orden y los horarios en los que sucedió todo el evento (Zepeda M., 2014).

Por estas razones la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) tomó parte en el caso y comenzó las investigaciones correspondientes; éstas derivaron en varias recomendaciones que pidieron al Estado mexicano iniciar una investigación más profunda, ya que se tenían indicios de que al menos 12 de las 22 personas fueron asesinadas sin motivo, es decir, ejecutadas ilegalmente. Además, de que la escena del crimen había sido modificada (Zepeda M., 2014).

A pesar de los diversos intentos de los abogados de las víctimas por conseguir justicia y el esclarecimiento de los hechos, el Estado mexicano hizo caso omiso. A seis años de lo sucedido, la Fiscalía General de la República (antes PGR) decidió cerrar el caso. “El fiscal informó de que tras analizar la información no había indicios para ‘ejercer acción penal’ contra nadie. A día de hoy, ni uno solo de los militares implicados directa o indirectamente en el caso está en prisión” (Ferri, 2020b).

Este caso es importante porque muestra los primeros indicios que jugaron los medios de comunicación, en especial el periodismo, a lo largo del gobierno de Peña Nieto. Un ejemplo de que los medios son poder y contrapeso del poder político, y así cumplir con su objetivo de denuncia y vigilancia social.

“De no haber sido porque algunos medios independientes se acercaron al lugar del incidente y recuperaron evidencia de lo que parecía ser una ejecución, el tema hoy no estaría en la palestra y se hubiera olvidado como tantos otros” (CIDAC, 2014). Sin embargo, el hecho no logró ser una noticia relevante el día 30 de junio, sino hasta los días siguientes al reflejarse en las primeras planas de diarios como Reforma, El Universal, La Prensa, La Jornada, Ovaciones, El Gráfico, etc.

A esas alturas del sexenio, de acuerdo con Consulta Mitofsky (2020), el presidente pasó de tener 50 puntos de desaprobación, mayo de 2014, a 51 puntos en agosto del mismo año; mientras que su aprobación quedó en 47, dos puntos abajo con respecto a mayo del mismo año. El balance no era favorecedor para el mandatario, quien aún estaba lejos de la mitad del sexenio.

El 26 de septiembre de 2014 un grupo de estudiantes de la escuela Normal Rural “Isidro Burgos” de Ayotzinapa, Guerrero, fue detenido, violentado y desaparecido en la ciudad de Iguala por elementos de la policía local del mismo estado. De acuerdo con los primeros reportes, los estudiantes de la Normal viajaron a Iguala para “sabotear” un evento de María de los Ángeles Pineda, esposa del alcalde Luis Abarca (Animal Político, 2014b).

En un intento por evitar la supuesta interrupción, los policías del estado ubicaron los cinco autobuses en los que se transportaban los jóvenes; La noche del 26 y madrugada del 27 de septiembre la policía les disparó. El saldo fueron cinco normalistas asesinados, 25 heridos y 43 más fueron desaparecidos (Franco, 2018).

El caso no arribó a las primeras planas de los principales diarios nacionales sino hasta el 28 de septiembre del mismo año. Al paso de los días la cobertura mediática del suceso aumentó, así como las investigaciones por parte de las instituciones y padres de familia. Lo que implicó poner al descubierto más información.

Se confirmó que los estudiantes no viajaron a Iguala para irrumpir en el evento de María de los Ángeles Pineda; el motivo era conseguir recursos y transporte para participar en las movilizaciones del 2 de octubre, en memoria de la masacre de Tlatelolco de 1968 en la Ciudad de México.<sup>63</sup>

Casi 10 días después Peña Nieto dio un mensaje a los medios sobre lo acontecido en Guerrero. Después de su breve mensaje el presidente se retiró y no permitió cuestionamientos de la prensa, lo que fue un error del equipo de comunicación. En sí, fue un acto de informativo unidireccional donde solo se intentó imponer un mensaje desde quien gobierna. Ese mismo día se anunció que el procurador Murillo Karam tomaría el caso de los estudiantes, y que sería él y su equipo quienes informarían sobre los hechos.

De acuerdo con sus investigaciones, un grupo de narcos confundió a los jóvenes con sicarios de un grupo rival, además de decir que en uno de los autobuses había droga que le pertenecía al grupo mencionado (Franco, 2018); Así fue como el gobierno concluyó que todo

---

<sup>63</sup> “El 26 de septiembre de 2014, un grupo de estudiantes de la Escuela Normal Rural Raúl Isidro Burgos de Ayotzinapa, en el estado de Guerrero, tomaron de manera pacífica algunos autobuses del servicio de transporte público del municipio de Iguala –en el mismo estado–, con la intención de trasladarse a la Ciudad de México y participar en la movilización social del 2 de octubre. En la misma noche, los autobuses fueron interceptados por la policía municipal de Iguala y atacados con armas de fuego. Como resultado, 7 personas murieron, uno de ellos fue desollado y le arrancaron los ojos, y 43 jóvenes entre los 18 y 23 años, hijos de campesinos pobres de la región, que estudiaban para ser maestros de primaria en alguna de las escuelas públicas rurales, fueron detenidos por policías y desaparecidos” (Gravante, 2018, p.16).

el ataque había sido planeado y operado por el cártel Guerreros Unidos en conjunto con la policía local.

El motivo del ataque permanece en el campo de la rumorología. Los actuales fiscales tratan de poner orden dentro del caos, pero el reto es formidable y el nivel de exigencia no es menos intenso. Cansadas de buenas intenciones, las familias quieren respuestas y rechazan cualquier nueva narrativa que no esté basada en hechos concretos y probados. (Ferri, 2020a)

No sólo sigue sin conocerse el móvil del ataque, tampoco se sabe el destino de los 43 normalistas. La PGR en un afán de cerrar el caso construyó su versión de los hechos, la “verdad histórica”. En esta se reconocía la participación conjunta de policías locales y narcotraficantes. Además, dicho documento recoge confesiones de cómo los estudiantes fueron torturados y quemados en un basurero cerca de Iguala: Cocula.<sup>64</sup>

Ante la falta de veracidad del informe presentado por Murillo Karam y la presión ejercida por la sociedad mexicana, los medios y organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización de los Estados Americanos, Amnistía Internacional y la Corte Interamericana de Derechos Humanos (Animal Político 2014b), se creó un grupo paralelo e independiente para investigar el caso.

El 12 de noviembre de 2014, luego de un intenso diálogo entre distintas contrapartes, el Gobierno de México y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) establecieron el Grupo Interdisciplinario de Expertos Independientes (GIEI) como parte de las medidas cautelares MC/409/142, con el propósito de incorporar la asistencia técnica internacional, desde una perspectiva de derechos humanos, a la investigación de la desaparición forzada de los estudiantes. (Oficina en México del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, 2018, p.10)

De los resultados de estas nuevas investigaciones independientes se llegaron a otras preguntas, pero nunca a conclusiones. Por un lado, se descartó científicamente la posibilidad de que los 43 jóvenes fuesen quemados en el basurero de Cocula.<sup>65</sup> Y por el otro, se confrontó

---

<sup>64</sup> Aún con las inconsistencias de su informe, la PGR logró la detención de varios policías y a un presunto líder del grupo Guerreros Unidos, José Ángel Casarrubias, alias “El Mochomo”. “Según testimonios de otros detenidos, El Mochomo estaría detrás de la parte logística del ataque contra los 43” (Ferri, 2020a).

<sup>65</sup> “El EAAF considera que su peritaje sobre el Basurero de Cocula arriba a conclusiones finales que son consistentes y complementarias con las verdades en el informe emitido en septiembre del 2015 por el Dr. Torero, experto independiente del Grupo Interdisciplinario de Expertos Internacionales (GIEI)” (EAAF, 2016).

a las instituciones mexicanas para que siguieran trabajando, a pesar de la poca credibilidad de la que gozaban.

El 8 de octubre de ese año se realizó la primera de varias jornadas nacionales e internacionales por Ayotzinapa. Desde entonces y durante varias semanas las movilizaciones sociales incluyeron marchas, paros de labores en varias universidades del país y plantones que reclamaban aparición con vida de los estudiantes.

Los datos del Laboratorio de Análisis de Organizaciones y Movimientos Sociales (LAOMS, 2015a y 2015b) del CEIICH-UNAM, que se vale de la metodología del Análisis de Eventos de Protesta, destacan que después de los acontecimientos de septiembre de 2014 hubo un incremento de los eventos de protesta, habiéndose realizado después de esta fecha el 47% de las acciones colectivas de todo 2014, año que tuvo un incremento de la protesta del 120% sobre la tendencia media anual. (Gravante, 2018, p.15)

La intensidad de estos hechos (Tlatlaya y Ayotzinapa) minaron los proyectos del presidente. Sin duda, los hechos 2014 repercutieron en la reputación y confianza del presidente. Había mucho que recuperar y todavía bastante por perder, aunque no lo pareciera. Para noviembre de ese año, Parametría (2014) reportó un 52% de desaprobación, contra un 44% de aprobación; mientras que Mitofsky (2020) reportó 69% y 24%, respectivamente.

Ayotzinapa se convirtió en parte de la herencia del sexenio priísta del siglo XXI. Desde el 2014, hasta ahora, cada año se realiza una marcha para exigir justicia. Además, el caso parece avanzar a partir de nuevas pistas. “Desde entonces, el entorno de Zerón y de su superior en la época, el procurador Jesús Murillo Karam, han planteado que igual el grupo que fue quemado en el basurero fue menor a 43” (Ferri, 2020a).

Con la victoria de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) en las elecciones presidenciales del 2018, los padres de familia y sociedad civil interesada confiaron en que el caso se resolvería. Aunque el caso ha tenido cierto progreso, la resolución de éste aún está muy lejos, pues a pesar del discurso presidencial, los avances son mínimos en comparación con otros proyectos del gobernante.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Entre los avances que ha tenido a lo largo de este sexenio se encuentran: AMLO ha sostenido diálogos con los padres de familia de los estudiantes, creó una comisión de la verdad para continuar con la investigación, asignó un fiscal especial para el caso, y aceptó la reinstalación del Grupo Interdisciplinario de Expertas y Expertos Independiente (cuya recomendación provenía de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos).

### 3.4 Tres problemas: un escándalo

#### 3.4.1 Primer Strike La Casa Blanca

El 9 de noviembre de 2014 se publicó en el portal *Aristegui Noticias* un reportaje sobre la existencia de una casa perteneciente a la Primera Dama Angélica Rivera, la cual presuntamente fue comprada con dinero público y representaba un conflicto de interés entre el gobierno y uno de los principales consorcios de construcción del país: Grupo Higa, quien tuvo distintas relaciones con Peña Nieto desde su gubernatura en el Estado de México (2005-2011).<sup>67</sup>

Como actriz, Angélica Rivera ha estado acostumbrada a buscar los reflectores. Con una larga y exitosa carrera en la televisión mexicana, la también cantante ha sido la imagen de portadas de diarios y revistas, en donde en más de una ocasión reveló información de su vida privada. La primera aparición de Angélica Rivera en la revista *¡Hola!* (México) como esposa del presidente fue en noviembre de 2010, el motivo fue la boda entre ellos.

En septiembre de 2012 volvió a aparecer en la portada de la revista, en esta se resaltó su “estilo y elegancia en sus primeras actividades como Primera Dama de nuestro país, al lado de su esposo, el presidente electo **Enrique Peña Nieto**, durante su gira de ocho días por seis países de América Latina” (*¡Hola!*, 2012).

Para la edición de mayo de 2013 Rivera volvió a ser portada de *¡Hola!* Lo que inició como un reportaje centrado en exponer su “nueva” vida (privada) como madre, esposa y primera dama desde su nueva residencia, que no era ni Los Pinos ni el Palacio Nacional, se convirtió en el escándalo político (financiero) que terminó por consolidar un clima de desaprobación durante el resto del sexenio del priísta y la vida pública de Angélica Rivera.

Apoco más de cuatro meses de haberse convertido en la Primera Dama de México, Angélica Rivera, la esposa del Presidente Enrique Peña Nieto, concede a *¡HOLA!* su primera entrevista y nos recibe en la residencia familiar.

**“Soy una mujer muy amada por un hombre que me hace sentir protegida y querida como no lo había sentido nunca antes”**, dice Angélica Rivera, quien posa

---

Además, se ha pedido la captura de Tomás Zerón de Lucia, exdirector de la Agencia de Investigación Criminal y responsable de la investigación realizada por la PGR, asimismo se especula que habrá ordenes de aprehensión para militares involucrados. (Najár, 2020; Ferri, 2020a).

<sup>67</sup> Después de la revelación del caso, se especuló que el entonces jefe de gobierno del Distrito Federal, Miguel Mancera, fue quien delató ante Peña Nieto a Marcelo Ebrard como la persona que filtró la información y entregó documentos sobre la casa blanca. Sin embargo, esta versión fue desmentida al poco tiempo. (*Aristegui Noticias*, 2015; 2021)

con los seis hijos que integran la familia que comparte con Enrique Peña Nieto. (¡Hola!, 2013)

De acuerdo con los autores de *La Casa Blanca de Enrique Peña Nieto* (2016), Rivera y Peña le pidieron la construcción de una casa a Juan Armando Hinojosa Cantú, director de Grupo Higa. Él se encargaría de conseguir el espacio y al arquitecto<sup>68</sup> de dicho proyecto. El terreno elegido fue el ubicado en Sierra Gorda #150, Lomas de Chapultepec, cuya compra se efectuó en octubre de 2010 por un costo de 8.5 millones de pesos, aproximadamente.

Tras algunas modificaciones al diseño original, el proyecto necesitó más espacio, por lo que se compró el predio #160 de la misma calle por un monto 9.85 mdp. El costo total de ambos fue de 18.35 mdp (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016). La ubicación de la casa blanca también tiene una peculiaridad: se encuentra casi a espaldas de la casa de Palmas #1325, propiedad de Rivera. La conexión no termina ahí, pues al menos en 2013 y 2014 compartían la línea telefónica y un pasillo que las conectaba. Así, las casas tienen una extensión de 2,857 metros cuadrados (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016).

La construcción de la casa finalizó el 22 de agosto de 2012, bajo la supervisión del Director Responsable de Obra (DRO) Mauricio Clemente Buitrón Monroy. Sin embargo, el contrato de compra-venta del inmueble se celebró meses antes, el 12 de enero del mismo año, por un costo total de 54 millones de pesos a pagarse en un plazo de 8 años (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016).

Hasta este punto, la edificación y compra del inmueble no sugiere mayor problema, pues la casa era parte de un contrato privado en el que la responsable era Angélica Rivera, no el presidente. El único punto que requería considerarse era si la primera dama tenía o no el dinero suficiente para solventar la compra. Sin embargo, la investigación periodística no se detuvo ahí.

Después de la revelación periodística, la casa blanca más bien parecía invisible. A pesar de tener grandes dimensiones y un costo impresionante, la casa no apareció en las declaraciones que Peña Nieto presentó en 2013, 2014, 2015 o 2016<sup>69</sup>, a pesar de que la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos (2002) obligaba a entregar “la información fiscal, inmobiliaria o de cualquier otro tipo, relacionada con los

---

<sup>68</sup> El diseño estuvo a cargo de Miguel Ángel Aragonés.

<sup>69</sup> Animal Político 2013; gobiernofacil.com.

servidores públicos, sus cónyuges, concubinas o concubenarios y dependientes económicos directos”.

Más allá del costo, la extensión y de si la primera dama tenía o no la posibilidad económica de pagar dicho inmueble, existe una relación un tanto difícil de explicar de la que se presume un conflicto de interés por la cercanía de Grupo Higa con el gobierno del Estado de México cuando Peña Nieto era el gobernador de dicha entidad.

Juan Armando Hinojosa Cantú es el líder de Grupo Higa, uno de los consorcios dedicados a la construcción más grandes de México. Este grupo cuenta con varias ramificaciones, y cada una se avoca en áreas específicas. Estas son:

Eolo Plus, Señales y Mantenimiento, Mezcla Asfáltica de Alta Calidad, Constructora Teya, Concretos y Obra Civil del Pacífico, Publicidad y Artículos Creativos, Gestión Integral de Hospitales de Zumpango, Autopistas de Vanguardia, Ingeniería Inmobiliaria del Centro, Prestadora de Servicios Estrella, Inmobiliaria del Fuerte de Toluca, Inmobiliaria Bicentenario, Constructora Higa, Bienes Raíces H&G, Operadora Mexiquense, Autostrada Conservación de Infraestructura Vial, Autovías de Michoacán, Casa Hogar Solo Sonrisas IAP, Centro de Servicio Aeronáutico Mexiquense, Chacoron, Conservadora de Autopistas y Vialidades, Constructora GIHZ, S.A. de C.V., Controladora en Servicios de Salud Toluca, Desarrolladora de Hospitales Proan, Inmobiliaria Jurojin, Inmobiliaria Standard, Aerolíneas Primordiales, Concesionaria Atlacomulco, Palmillas y Corporación Empresarial de Factor Humano. (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016, p.178-179)

La mayoría de estas ramificaciones del grupo han sido ganadoras, cuando no beneficiadas, de múltiples obras públicas a través de varios años y estados del país. Higa ha sido “buen” amigo de quienes han estado al frente del Estado de México (EDOMEX), quienes casualmente han sido gobernadores provenientes del PRI. “Para el arquitecto Chavarría Sánchez y los periodistas Francisco Cruz y Miguel Ángel Alvarado, las décadas de 1980 y 1990 fueron de crecimiento moderado en las empresas de Juan Armando Hinojosa” (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016, p.174).

Aunque el inicio de este empresario se remonta a tiempos antes, el comienzo de su auge es con el ex gobernador Arturo Montiel, 1999, cuyo gobierno le dio diversos contratos públicos. El más importante sería, tal vez, el Centro Médico del Instituto de Seguridad Social

del Estado de México y Municipios. La obra a cargo de Constructora Teya se proyectó con un costo inicial de 193 millones de pesos y terminó en 505 millones de pesos, ya con todo el equipo necesario.

Pero su relación con Peña inicia una vez que este último gana las elecciones de EDOMEX en 2005. Hinojosa se convirtió en uno de los favoritos del gobernador a tal grado que, durante esa gestión 2005-2011, las filiales de Grupo Higa ganaron más 8,000 millones de pesos con diversos contratos (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016).

Esta relación no se limitó a la construcción en el Estado de México, durante la campaña presidencial de 2012, *Eolo Plus*, de Juan Armando Hinojosa García (hijo), fue la empresa de transporte del candidato priista. A través de la fiscalización del proceso electoral se sabe que el PRI gastó 26 millones de pesos en uso de jets privados y helicópteros. Además de la impresión de 2 mil tappers para la campaña presidencial del PRI en 2012 (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016; Expansión 2014).

Por si fuera poco, *Proceso* (Tourliere, 2019) reveló que Grupo Higa era el encargado de remodelar el hangar presidencial en el aeropuerto de la Ciudad de México por un costo de 945 mdp. Además, este grupo también ha realizado obras para servicios públicos a lo largo del país:

Tal es el caso de la carretera Guadalajara- Colima, por 1,332 millones de pesos. O el Acueducto VI Monterrey, una construcción de 386 kilómetros de largo para transportar agua desde San Luis Potosí, Veracruz y Tamaulipas hasta Nuevo León, con un esquema de asociación público-privado, por la que se acabarían pagando 61 791 millones de pesos hasta el año 2041 (alrededor de 4 119 millones de dólares al tipo de cambio de 2015). (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016, p. 181-182)

### **3.4.2 Segundo Strike El Tren México-Querétaro**

La investigación de la casa blanca del presidente, que más bien era de Angélica, tenía dos conexiones más: el tren México-Querétaro y un terreno del Secretario de Hacienda y Crédito Público: Luis Videgaray<sup>70</sup>. Un proceso y un hecho que en conjunto con la casa formaron un fuerte cuestionamiento a la política anticorrupción del sexenio.

---

<sup>70</sup> Luis Videgaray fue Secretario de Hacienda y Crédito Público hasta el 3 de enero de 2017 debido a que el 4 de enero del mismo año pasó ser el titular de la Secretaría de Relaciones Exteriores.

El 15 de agosto de 2014, después de Tlatlaya y Ayotzinapa, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) a cargo de Gerardo Ruíz Esparza abrió el plazo para presentar propuestas para la construcción del tren México-Querétaro. La fecha final para presentarlas fue el 15 de octubre de ese mismo año (Cámara de Diputados, 2015). Este proyecto junto con el tren transpacífico era una de los más ambiciosos del gobierno priista.

El proyecto era construir un Tren de Alta Velocidad (TAV) (300 km de velocidad máxima) para dar servicio a cerca de 29 mil pasajeros para el tramo Ciudad de México - Querétaro (Cámara de Diputados, 2015). Para su construcción se abrió un proceso de licitación pública a fin de adjudicarlo a alguna constructora. Las empresas interesadas necesitaban presentar una propuesta económica y de diseño, entre otros requisitos, a fin de que la SCT evaluara los proyectos y decidiera el más viable en cuanto a costo, tiempo y diseño.

Varias empresas nacionales y extranjeras manifestaron intenciones de participar en el concurso, pero solo una presentó el proyecto en tiempo. Sin embargo, 13 empresas solicitaron prórroga para entregar sus proyectos, pero la SCT no dio tiempo extra (Tolentino, 2020; Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016):

Aquella tarde, [del 15 octubre] la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) anunció que un solo competidor iba por la obra. Se trataba del consorcio integrado por la empresa China Railway Construction Corporation, paraestatal del gobierno chino, y tres empresas mexicanas: GIA+A, propiedad de Hipólito Gerard, cuñado del ex presidente Carlos Salinas de Gortari; Prodemex, de Olegario Vázquez Aldir, hijo de Olegario Vázquez Raña, empresario de hospitales, hoteles y medios de comunicación, y Constructora Teya, de Grupo Higa, presidida por Juan Armando Hinojosa Cantú. (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016, p. 79)

Así, el 3 noviembre de 2014 la SCT anunció que los ganadores del concurso eran el grupo de *China Railway Construction Corporation*, *GIA+A*, *Prodemex* y *Constructora Teya*<sup>71</sup>: “Su construcción requería 3,750 millones de dólares de inversión; el beneficio sería una mejora en la conectividad con la capital del país y la generación de 20,000 empleos directos” (Villafranco, 2015).

---

<sup>71</sup> Constructora Teya es parte de Grupo Higa.

Sin embargo, la decisión pronto fue criticada tanto por los opositores del gobierno, ya que al no haber más proyectos en realidad no hubo competencia. Es decir, el proceso de licitación se trató de una adjudicación directa. Además, varias personas señalaron que el presidente y Ruíz Esparza viajaron directamente a China para ofrecer el proyecto a la empresa paraestatal, lo que supondría un favoritismo desde el inicio (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016).

Ante diversas presiones e inquietudes sobre el proceso de licitación del TAV, el presidente ordenó invalidar el fallo a favor de *China Railway*, para “dar un tiempo más amplio y propiciar la posible participación de un mayor número de fabricantes de trenes, así como de fortalecer la absoluta claridad, legitimidad y transparencia, el Ejecutivo Federal determinó se convoque a un nuevo proceso de licitación” (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2020)<sup>72</sup>.

El 9 de noviembre de 2014 el presidente Peña Nieto salió de viaje para asistir al encuentro del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) en China, y a la Cumbre de Líderes del Grupo de los 20 en Brisbane, Australia (Excélsior, 2014). A su regreso, el 15 de noviembre lo esperaba un escándalo: la casa blanca, cuyo reportaje casualmente se publicó el día en que dejó el país.

A inicios de enero del 2015 el concurso de licitación volvería a iniciar. El gusto duró poco porque el 30 del mismo mes Luis Videgaray, Secretario de Hacienda y Crédito Público, anunció que ambos proyectos (tren México-Querétaro y transpacífico) quedaban suspendidos de forma indefinida por el ajuste presupuestal del año 2015 (Cruz, 2015; 20 Minutos, 2015).

### ***3.4.3 Tercer strike: El jardín de Luis Videgaray***

La historia de la casa blanca y los nexos del presidente con la constructora están incompletos sin la casa y el jardín de Luis Videgaray, entonces Secretario de Hacienda y Crédito Público, que le compró a la empresa de *Bienes y Raíces H&G*, también de Grupo Higa. La tercera parte de este escándalo fue revelado gracias a *The Wall Street Journal* en noviembre de 2014: “*Escándalo político en México salpica a Videgaray*”.

---

<sup>72</sup> Actualmente la administración de AMLO ha decidido retomar el proyecto, aunque aún no hay fechas concretas se sabe que se estará impulsando en los próximos años (García, 2020).

Enrique Peña Nieto no fue el único funcionario que al parecer recibió favores de Juan Armando Hinojosa, también fue Luis Videgaray. Uno de los hombres más cercanos del presidente compró una residencia y rentó un jardín en el Estado de México, una transacción que al ser expuesta generó más cuestionamientos al gobierno sobre la relación entre el presidente y Grupo Higa.<sup>73</sup>

La casa de Videgaray se encuentra en un exclusivo club de golf en Malinalco, y cuenta con una extensión de 1501 metros y un costo de 7.5 millones de pesos. El principal cuestionamiento sobre esta transacción reside en que la inmobiliaria *Bienes Raíces H&G*, quien vendió la casa, no obtuvo ninguna ganancia. De acuerdo con Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016, la filial de Grupo Higa compró y vendió la casa en el mismo precio.

Por otro lado, el jardín tiene una extensión de 1,194 metros y no es parte de la propiedad, según declaró Videgaray, por el cual paga una renta aparte a la misma inmobiliaria por un costo de 10 mil pesos mensuales. Sin embargo, de acuerdo con los autores de *La Casa Blanca de Enrique Peña Nieto (2016)*, el terreno en renta sí es parte de la casa, por lo que no queda clara la transacción.

El entonces Secretario de Hacienda trató de defenderse de las acusaciones con una carta a los medios en donde aclaraba la situación. A continuación un extracto de la misma:

*A la opinión pública:*

*El día de hoy el diario The Wall Street Journal de los Estados Unidos publicó en su portal de internet un artículo titulado “Mexico’s Finance Minister Bought a Home From a Prominent Government Contractor at the Center of Influence-Peddling Allegations”. Por este medio quiero compartir la información que al respecto ofrecí al diario cuando fui consultado:*

*La propiedad referida en el artículo la adquirí el 10 de octubre de 2012 a la empresa Bienes Raíces H&G. La operación se realizó de manera plenamente legal, cuando yo no era servidor público y dentro de parámetros de mercado, por lo que no existió conflicto de interés alguno.*

*Para la adquisición del inmueble obtuve un crédito hipotecario otorgado por la propia empresa vendedora. Por razones financieras, decidí prepagar el crédito con recursos*

---

<sup>73</sup> Existen al menos dos vertientes más sobre la relación: una bodega de Grupo Higa en el Estado de México que el PRI utilizó como bodega hasta que fue descubierta por periodistas, y el uso de una casa del mismo consorcio por Peña Nieto cuando era candidato presidencial (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016).

*propios. Ello ocurrió el 31 de enero de 2014. El inmueble aparece reportado en mis declaraciones patrimoniales*

*Luis Videgaray Caso. (Forbes, 2014)<sup>74</sup>*

Sin embargo, hay dudas sin resolver. Videgaray menciona que compró la casa antes de ser funcionario público, en octubre de 2012. Pero, de acuerdo con Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán (2016), no hay documento público que lo compruebe; al contrario, los datos del Instituto de la Función Registral (IFR) mexiquense fechan la firma de la escritura de compra-venta el 28 de noviembre de 2013, cuando él ya era Secretario de Hacienda.

Además, Videgaray menciona que terminó de pagar el crédito que le dio *Bienes y Raíces H&G* el 31 de enero de 2014. Pero, de acuerdo con la misma fuente, este pago se reportó hasta al 25 de noviembre de 2014, una vez que ya había estallado el escándalo, por lo que se puede sospechar que fue una documentación fabricada con el propósito de cubrir las acciones.

#### **3.4.4 La reacción institucional**

Ante estos tres errores convertidos en un escándalo, los involucrados y las instituciones tenían que responder. Así, el mismo 9 de noviembre de 2014 ante el reportaje del equipo de investigación periodística de Carmen Aristegui, el vocero de la presidencia, Eduardo Sánchez contestó a las revelaciones sobre la casa del presidente a través de un comunicado.

En enero de 2012, la señora Angélica Rivera Hurtado celebró un contrato con Ingeniería Inmobiliaria del Centro, S.A de C.V., por virtud del cual, la primera se obliga adquirir los inmuebles marcados con los números 150 y 160 de la calle Sierra Gorda,

---

<sup>74</sup> El resto de la carta dice: “Si bien en el formato de la declaración aparece como una operación de contado, hice la siguiente precisión: ‘Se hace la aclaración que la adquisición del inmueble propiedad del declarante aparece como operación de contado siendo en realidad a crédito, en razón de que el formato no permite identificarlo cuando se trata de un contrato de préstamo no bancario, el cual se suscribió el 10 de octubre de 2012 por un monto de \$6,857,120.00 pesos. Por lo anterior, en el apartado de adeudos aparece como ninguno, siendo en realidad el saldo insoluto de dicho crédito al 30 de noviembre del 2012 el de 6,837.962.00 pesos. Asimismo, se aclara que el monto total de la operación es de \$7,500,000.00 pesos’. En el contexto de las diversas notas periodísticas que en semanas recientes han aparecido, entiendo plenamente que la información dada hoy a conocer hoy por el Wall Street Journal es y será materia de interés en la opinión pública. Así debe ser: en una sociedad abierta y democrática, los servidores públicos debemos estar sometidos al permanente escrutinio de la sociedad. Ante ello, reitero de manera categórica que estoy absolutamente convencido haber actuado con honestidad y pleno apego a la ley. Esos son los principios que rigen mi actuación como Secretario de Hacienda y Crédito Público, y nada me distraerá del propósito de contribuir para que México se transforme para alcanzar su verdadero potencial.” (Forbes, 2014)

los cuales eran propiedad de esta inmobiliaria desde los años 2009 y 2010. Es importante destacar que dichos inmuebles colindan con la casa que desde varios años atrás ya era propiedad de la señora Angélica Rivera Hurtado y que el objeto de adquirirlos era ampliar el espacio de su casa habitación. (Comunicado de Presidencia citado en Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán, 2016, 83)<sup>75</sup>

Sin embargo, las dudas persistieron. Mientras el presidente seguía de viaje, el reportaje ganó espacio en los medios de comunicación y en la opinión pública. El 11 de noviembre, el vocero de presidencia asistió al noticiero matutino de televisión de Carlos Loret de Mola. En lo que fue una sección de 15 minutos, el periodista y Eduardo Sánchez hablaron sobre el caso Ayotzinapa, los viajes del presidente y el tren de alta velocidad. Solo los últimos minutos fueron dedicados al tema de la casa blanca, cuyas respuestas fueron cortas, evitando profundizar en la situación.

El 15 de noviembre Peña Nieto regresó de su viaje. Ante las preguntas de la prensa sobre la casa su mejor opción fue repetir la estrategia: el vocero de la presidencia ampliaría la información sobre el tema. Tres días después, el 18 de noviembre, el presidente volvió a hablar del tema en un evento al que asistió, ahí mostró su descontento con la situación que se había generado. Para él era un ataque para desestabilizar a su gobierno (La Silla Rota, 2014).

Ese mismo día la primera dama subió un video a internet para esclarecer la compra de su casa.<sup>76</sup> De acuerdo con Rivera, la residencia de Palmas #1325, ubicada detrás de la casa blanca, fue parte de su liquidación por su trabajo con la empresa Televisa. Ésta le fue entregada el 14 de diciembre de 2010, tan solo 17 días después de su boda con el entonces candidato. Desde esa fecha la casa fue habitada por la actriz y su nueva familia.

Del video no hay duda de que fue producido con la idea de convencer al público de que todo lo relacionado a esa propiedad era legal. Principalmente, ella argumentó que había pagado con recursos derivados de su carrera artística<sup>77</sup>. Molesta e indignada fue como se mostró Angélica Rivera al explicar los pormenores del inmueble. No obstante, en diciembre

---

<sup>75</sup> El comunicado original ya no se encuentra disponible en el portal de presidencia, tal como lo reportan.

<sup>76</sup> En poco más de siete minutos la primera dama explica el origen y el futuro de la casa blanca en el video titulado *Angélica Rivera aclara adquisición de casas de Las Lomas* (El Universal, 2018)

<sup>77</sup> Ante la explicación sobre la fuente de los recursos de la primera dama, usuarios de internet cuestionaron con ironía y humor la veracidad de lo dicho por Rivera.

de 2014, la primera dama terminó por deshacerse de la casa blanca al cancelar el contrato de compra-venta con Grupo Higa (Notimex, 2016).

En 2012-2013<sup>78</sup> el gobierno y el Congreso de la Unión realizaron diversas reformas a la CPEUM y a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal (LOAPF) en materia de corrupción. La idea principal era desaparecer a la Secretaría de Función Pública (SFP) para integrar sus funciones dentro de cada dependencia del Estado y coordinar estrategias anticorrupción a través del Sistema Nacional Anticorrupción (SNA) y la Comisión Nacional Anticorrupción.

Sin embargo, la comisión nunca se conformó y el tiempo pasó. Cuando los escándalos de corrupción estallaron, en 2014, el Estado mexicano no contaba con un sistema integral para investigar y resolver este tipo de problemas. La SFP estaba en proceso de desaparecer, sin titular, y el SNA aún no estaba listo. Ante tales eventos, el presidente y su gobierno decidieron cambiar la ruta.

El 3 de febrero de 2015, Enrique Peña Nieto designó a Virgilio Andrade como titular de la SFP, y le pidió investigar<sup>79</sup> el posible conflicto de interés entre él como presidente, su esposa Angélica Rivera, Luis Videgaray y Grupo Higa. Casi al mismo tiempo se reformaron nuevamente las leyes en materia anticorrupción, las cuales se publicaron en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 27 de mayo de 2015.

El 21 de agosto del 2015 el secretario dio a conocer que no había conflicto de interés entre los involucrados. Todo había sido legal y apegado a derecho. Los resultados eran claros para el secretario, de 2012 a 2015 no había delito que castigar. De esta forma el gobierno intentó cerrar el escándalo.

Pese a que Grupo Higa tiene 22 contratos con el gobierno federal, y esta empresa fue la que vendió la casa blanca a Angélica Rivera, la esposa del presidente Enrique Peña Nieto, en agosto pasado la SFP concluyó que no existió conflicto de interés por parte del mandatario, debido a que no participó en dichas adjudicaciones, ni había tomado posesión como presidente cuando se adquirió el inmueble. (Proceso, 2015)

---

<sup>78</sup> De acuerdo con el Diario Oficial de la Federación, la reforma se publicó en enero de 2013. Entre los transitorios se menciona que la SFP seguiría en funciones hasta que se expidan y entren en vigor las disposiciones de la reforma.

<sup>79</sup> La indagatoria se centró en los contratos entregados a dos empresas: Grupo Higa y Constructora Urbanizadora Ixtapan; así como en la compra de tres casas a las dos contratistas: la de Peña en Ixtapan, la del secretario de Hacienda, Luis Videgaray, en Malinalco; y la de Angélica Rivera en las Lomas de Chapultepec (Proceso, 2015).

El 18 de julio de 2016 sucedieron dos cosas relevantes: 1) se publicaron en el DOF las leyes secundarias que dieron vida al SNA, aunque esta vez sin la comisión anticorrupción. 2) Virgilio Andrade presentó su renuncia a la SFP con motivo de la nueva disposición legal sobre el SNA.

Una vertiente del escándalo que puede considerarse como una transgresión de segundo orden es el conflicto de Aristegui y su equipo con *MVS*, la cual comenzó en marzo de 2015 tras el despido de los primeros. Los dueños del medio alegaron abuso de confianza al incluir a *MVS* en el proyecto de *México Leaks* sin previa autorización; Carmen y su equipo alegaron despido injustificado y censura contra periodistas. A inicios de 2019, la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) confirmó la sentencia de un tribunal federal que falló a favor de la periodista, quien consideró que los periodistas sí fueron despedidos sin acreditar verdaderas razones de abuso de confianza (Notimex, 2019; Malkin, 2015).

### **3.5 El inicio del fin: La otra mitad del sexenio**

#### ***3.5.1 El reajuste electoral de 2015***

En el proceso electoral de 2015 se votaron 10 gubernaturas, 17 congresos locales y 200 diputaciones. Los resultados de estas últimas tuvieron cambios importantes respecto de las elecciones de 2012: el PRI y el PAN decrecieron ligeramente con 4.69% y 4.38%, respectivamente; Sin la misma suerte, el PRD disminuyó su representación con menos 40.77%, mientras que el Partido del Trabajo estuvo a punto de perder su registro (Instituto Nacional Electoral, 1991–2016).

Por su lado, el Verde Ecologista de México (PVEM), Movimiento Ciudadano y Nueva Alianza obtuvieron un incremento del 67.85%, 47.05% y 10% respectivamente. Finalmente, en su primera elección federal Morena obtuvo 35 curules, el Partido Encuentro Social 8 y un diputado independiente ganó su lugar (Instituto Nacional Electoral, 1991–2016).

En cuanto a las gubernaturas, estas quedaron así: el PAN retuvo a Baja California Sur y recuperó a Querétaro; el PRD mantuvo una vez más al entonces Distrito Federal y reconquistó Michoacán; por su parte Nuevo León abandonó a los partidos tradicionales y eligió al candidato independiente Jaime H. Rodríguez Calderón. En cuanto al PRI, este conservó a San Luis Potosí, Campeche y Colima, y arrebató a Sonora y Guerrero; En total

ganó el 50% de las gubernaturas posibles del 2015. El PRI seguía fortaleciendo su poder político en el país, a pesar de los problemas del presidente.

### ***3.5.2 La economía y las decisiones impopulares***

La economía del país durante el sexenio de Peña Nieto tampoco fue lo que se había prometido. Los índices internos y externos de ésta se movieron continuamente y muchos de ellos en sentido negativo. A continuación se recopilan algunas cifras del estado económico del país al término del sexenio de Peña Nieto.

El 20 de mayo de 2013 Enrique Peña Nieto presentó el Plan Nacional de Desarrollo: su proyección apuntó a un crecimiento económico entre 3.5% y 5.3% hacia finales del sexenio. Objetivo que no cumplió dado que el crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) tuvo un promedio de 2.48% anual (Forbes, 2019; García A. y Caballero J., 2019). Al tratar de contener la inflación tampoco lo hizo mejor: durante los 6 años de gestión el promedio anual de inflación se mantuvo en un 4% (INEGI, 2008-2021; García A. y Caballero J., 2019).

Un área que sí mejoró fue el empleo. Durante este sexenio, la tasa de desocupación pasó de 4.9% en 2012 a 3.33% en 2018 (El Financiero, 2018, El García A. y Caballero J., 2019). Mientras que entre 2012 y 2018 se generaron más de 4,6 millones de nuevos puestos salariales, y la población económicamente activa pasó de 51 millones en 2012 a 56 millones en 2018 (INEGI, 1991-2021; García A. y Caballero J., 2019).

Una cifra que también aumentó fue la deuda pública. De acuerdo con Fuentes (2018), en 2013 la deuda era de 5,943,288 billones de pesos; para finales de 2017 se registró en 10,088,979.7 billones de pesos. “El análisis de la BBC ‘¿Cuánto deben los países de América Latina?’, reveló que México es el segundo país de la región con la mayor deuda pública, donde a cada mexicano le tocaría pagar 2 mil 827 dólares” (Fuentes López, 2018).

A pesar de todo, el presidente y su gobierno siempre apostaron por su paquete de reformas. Convencidos en que la transformación estructural de ciertas áreas del país mejoraría la situación económica, se avocaron a materializarlas. Tal vez las dos más importantes fueron la energética y la de telecomunicaciones.

En cuanto a la reforma energética, ésta buscó primordialmente abrir el mercado nacional petrolero a fin de que los derivados del petróleo, como la gasolina, se liberalizaran y, por otro lado, quitarle una carga fiscal a Petróleos Mexicanos (PEMEX). Sin embargo, el

cálculo salió mal. Desde 2017 el precio de la gasolina aumentó mes con mes, mientras que PEMEX cada vez enfrentaba mayores problemas financieros.

Según muestra Índice de Precios al Consumidor mexicano, y contrariamente a los compromisos de campaña de Nieto, quien prometía una baja de precios de la gasolina; el precio del combustible se elevó en un 60% durante el último sexenio. El aumento drástico de la gasolina a partir del 1 enero de 2017, denominado el Gasolinazo, fue el efecto de la política liberalización del precios, que provocó un descontento generalizado de la sociedad desembocando en varias protestas, inclusive con casos de víctimas fatales. (Józefowicz, 2019, p.10)

Por otro lado, la Reforma en Telecomunicaciones fue la mejor apuesta del sexenio. De acuerdo con los resultados obtenidos por el Instituto Federal de Telecomunicaciones, la reforma mejoró la calidad del servicio para los usuarios al abrir el mercado de telefonía y servicios digitales (Sosa y Leyva, 2019). Sin embargo, “la eliminación de la tarifa de larga distancia y el descenso de 43% en el precio de la telefonía móvil contrastaron con el aumento en el precio de la gasolina, los altibajos en el gas LP y el aumento las tarifas eléctricas para la industria” (Corona, 2018).

Por si fuera poco, el valor del peso frente al dólar tampoco se fortaleció. Al contrario, continuó devaluándose durante todo el sexenio. Situación que no solo afectó al país de forma económica, sino en su forma política y, tal vez de forma menos directa, a la gestión del presidente. En diciembre de 2012, un dólar estadounidense costaba 12.93 pesos, para la misma fecha, pero de 2018, la moneda norteamericana se vendió a 20.23 pesos mexicanos (Banxico 1954-2021).

### ***3.5.3 La sociedad, el chapo y los sismos***

Después del 2014, la sociedad mexicana no dejó de observar cada paso del presidente. A partir de ese entonces, cada palabra y hecho era susceptible de ser calificado negativamente por la sociedad. Pero no solo él estuvo en el centro de atención, también las personas más allegadas a él y el gabinete.

El 6 de enero de 2015 hubo un ataque contra civiles por parte de Policías Federales en Apatzingán, Michoacán. El resultado fueron varios muertos, civiles heridos y arrestados

(Artículo 19, 2015). El hecho alertó nuevamente a los medios y a la sociedad, quienes instaron en el esclarecimiento de los hechos.

*El Chapo*, Joaquín Guzmán Loera, es una de las grandes figuras del narcotráfico mexicano. Por esa razón, en 1993 el gobierno mexicano lo capturó e internó en Almoloya de Juárez, Estado de México. Posteriormente se le trasladó a Puente Grande, Jalisco, de donde se escapó en 2001 (Valdivia, 2015; Milenio, 2016). Pasaron 13 años para que el gobierno de Peña Nieto lograra recapturarlo en 2014.

Sin embargo, la noche del 11 de julio 2015 Joaquín Guzmán repitió su hazaña: escapó del Centro Federal de Readaptación Social "El Altiplano", conocido popularmente como "Almoloya" en el Estado de México, pero esta vez a través de un túnel de 1.5 kilómetros que conectaba su celda con el exterior. La fuga se dio a pesar de ser un preso monitoreado las 24 horas del día (Milenio, 2016; CNN México, 2015, Valdivia, 2015).

Las explicaciones oficiales ofrecieron sinsentidos y contradicciones que hicieron imposible pensar que la fuga de *El Chapo* sucediera nuevamente. Meses después, tras varias investigaciones y despidos de funcionarios, EPN comunicó vía redes sociales la recaptura del narcotraficante. Recuperó al Chapo, pero no el apoyo de la sociedad: en noviembre de 2015 la encuesta de evaluación de gobierno de Mitofsky (2020) ubicó al presidente con solo 33 puntos porcentuales de aprobación y 65 de desaprobación.

En 2016 la violencia y el abuso de poder por parte de elementos de seguridad no cesó. El 19 de junio en Nochixtlán, Oaxaca, elementos de la policía estatal, local y del ejército atacaron a civiles que se manifestaron en contra de la reforma educativa impulsada por el presidente Peña Nieto.

En el lugar del bloqueo, maestros y población civil se habían reunido ya no solo en apoyo al movimiento magisterial; hablaban de reformas sociales para generar alternativas a la empobrecida región de la mixteca oaxaqueña y para su agraviada población, la protesta se había convertido en un movimiento social. Sin previo aviso de persuasión fueron atacados por un contingente de fuerzas policiales: 400 policías federales, 400 estatales y 50 elementos de la Agencia de Estatal de Investigaciones, el cual tenía la misión de recuperar la libre circulación en las vías federales, como parte del "Operativo Oaxaca" ordenado por el entonces gobernador del Estado Gabino Cue, que había iniciado alrededor de las 5:20 de la mañana. (CNDH, sf)

El 2017 parecía ser un año más tranquilo, a pesar de la tensión con el presidente de los Estados Unidos de Norte América, Donald Trump, la renegociación del Tratado de Libre Comercio con América del Norte y los varios problemas acumulados y sin resolver.

Pero la situación se complicó con los sismos del 7 de septiembre en Oaxaca y Chiapas, y del 19 del mismo mes en Puebla y la Ciudad de México (principalmente). Los terremotos de 8.1 y 7.1 grados en la escala de Richter, respectivamente, dejaron cientos de muertos y miles de damnificados, pero también grandes retos para el gobierno y la sociedad.

Estos hechos dejaron ver la solidaridad entre mexicanos, quienes ante la incapacidad del Estado para atender tales emergencias comenzaron a organizarse para ayudar a las personas que más ayuda necesitaban. “Luego vienen los primeros choques de la colectividad solidaria con su propio ímpetu y con las restricciones que le imponen la lenta realidad y los limitados Gobiernos. Crecen los desencuentros de la marea solidaria con las autoridades” (Aguilar, 2017).

#### ***3.5.4 Más corrupción: PEMEX-Odebrecht y los gobernadores***

En el año 2016 se reveló en Brasil uno de los escándalos más grandes de corrupción: el complejo empresarial Odebrecht habría dado millones de dólares en sobornos a funcionarios de Petrobras (Petróleo Brasileiro S.A.) a cambio de obtener contratos de obra pública. Sin embargo, las prácticas de corrupción de esta empresa se dieron también en al menos una veintena países (The New York Times, 2017).

Con el inicio de las investigaciones en Brasil, faltó poco tiempo para que la información sobre corrupción en México saliera a la luz. En 2017, después de varios trabajos de periodismo de investigación dentro y fuera del país, se reveló que Luis Emilio Lozoya, ex director de Pemex (2012 a 2016), presuntamente recibió de Odebrecht más de 10 millones de dólares para que la constructora obtuviera contratos y preferencias con el gobierno de Peña Nieto (The New York Times, 2017; Navarro, 2020).

De acuerdo con distintas investigaciones, Lozoya fue la pieza clave para operar una red de corrupción desde su puesto como director de Petróleos Mexicanos. Aunque se presume que la relación comenzó meses antes de las elecciones de 2012: el dinero que Odebrecht dio a Emilio también sirvió para financiar la campaña presidencial de Enrique Peña Nieto. Pero

el caso no termina ahí, su participación dentro del sexenio de EPN no se habría limitado a estos dos hechos, puesto que:

En los cerca de tres años que duró su gestión [de Emilio] habría recibido millonarios sobornos de empresarios a cambio de adjudicarles contratos de obras públicas (ampliación de la refinería Miguel Hidalgo, en Tula, Hidalgo a la constructora brasileña Odebrecht y otros a la constructora española OHL); desviado al menos 2,144 millones de pesos con ayuda de la Universidad Autónoma del Carmen por medio del mecanismo de desvío de recursos públicos conocido como Estafa Maestra, y operado la compra fraudulenta de Agro Nitrogenados y Fertinal por las que Pemex tuvo una pérdida de 13,552 millones de pesos más 8,466 millones de pesos que se gastarán en rehabilitar una parte de la chatarra adquirida, y con la que habrían resultado beneficiados un grupo de empresarios y el propio Lozoya. (Navarro, 2020, p.7)

Pero Lozoya parece que no el único funcionario mexicano que estuvo involucrado. Después de su detención en España en el año 2019, Emilio declaró lo que algunos periodistas ya habían señalado (Navarro, 2020; López, 2020): varios miembros del gobierno, y en especial del gabinete, estaban al tanto de la red de sobornos de Odebrecht hacia la paraestatal y distintas instituciones.

La acusación que apunta a que los sobornos que habría recibido sirvieron para financiar la campaña presidencial de Enrique Peña Nieto ya habrían prescrito, sin embargo, queda por saber si éste último estaba al tanto, era parte del mecanismo de desvío de recursos públicos o sólo un beneficiario con suerte.

Lozoya Austin no pudo haber actuado solo en la asignación de los contratos y realización de los pagos con los que se habrían financiado los retornos por el pago de los sobornos que hicieron las constructoras en el caso de la asignación de las obras públicas, tampoco pudo haber ejecutado solo el negocio relacionado con las compras fraudulentas de Agro Nitrogenados y Fertinal... (Navarro, 2020, p. 69)

Como se puede leer, los errores y las malas decisiones no fueron sólo propias, varios funcionarios públicos y actores políticos de su gobierno hicieron lo propio. Por ejemplo, los escándalos financieros paralelos de los entonces gobernadores Roberto Borge de Quintana Roo, Javier Duarte en Veracruz, César Duarte en Chihuahua acapararon en diversas

ocasiones los titulares de los medios de comunicación nacionales e internacionales.<sup>80</sup> Si bien no es sencillo cuantificar cómo estos escándalos políticos-financieros repercutieron en la aprobación presidencial, si es posible aventurar un argumento basado en la acumulación de situaciones que generaron percepciones negativas sobre los gobernadores y el PRI, mismo partido al que pertenecía el presidente. En pocas palabras, abonaron al clima de desconfianza política.

El regreso del PRI se convirtió en el renacimiento de viejas prácticas de abuso de poder y corrupción que el partido desarrolló durante el siglo XX. En sus últimos años y meses como presidente, el proyecto de gobierno y el apoyo popular de Peña Nieto se desplomaron. De acuerdo con Mitofsky (2020), de febrero de 2017 hasta agosto de 2018, la evaluación de su gobierno es la más baja para un presidente desde Salinas de Gortari. El fondo fueron solo 17 puntos porcentuales que respaldaban su actuar como jefe de Estado, contra un aplastante 77% en desacuerdo. La historia de los tropiezos de este sexenio aún está incompleta. Faltaría espacio para dar cuenta de todos los errores que Peña Nieto tuvo en su mandato y que poco a poco destruyeron su proyecto reformista.

---

<sup>80</sup> Sobre esto abundan notas en internet, sobre las cuales es posible rescatar las de García, 2016; Najjar, 2017; Mendoza, 2018.

#### **4. De la aprobación presidencial y las consecuencias de un escándalo**

Después de hacer un recorrido teórico sobre el escándalo y la aprobación presidencial, en este capítulo se analiza el manejo de la comunicación del escándalo (comunicación de crisis) la casa blanca de Enrique Peña Nieto. Este se divide en 3 partes: la primera aborda de manera general el estilo de la comunicación gubernamental de Enrique Peña Nieto; además, se retoman algunos elementos de los escándalos previos a la casa blanca: Tlatlaya y Ayotzinapa.

En la segunda parte se detallan las consecuencias del escándalo y la relación con la aprobación presidencial, y se desarrollan las fases del escándalo político, así como las acciones que el equipo de comunicación del presidente realizó para controlar el escándalo político y evitar daños al gobierno. Finalmente, la tercera parte recoge otros hechos relevantes relacionados con la casa blanca y otros escándalos en el sexenio con el fin de comprobar la hipótesis propuesta.

Cabe señalar que el escándalo de la casa blanca se compone de tres elementos entrelazados entre sí, pero al mismo tiempo independientes. Estos son: la casa (blanca) de Angélica Rivera, el jardín (y la casa) de Luis Videgaray y el Tren México-Querétaro. Tres hechos que guardan una conexión con respecto a la corrupción.

El escándalo político de la casa blanca en su fase pre revelación mediática tuvo la posibilidad de ser controlado para evitar el mayor impacto político. Ya en su ascenso como escándalo mediático, la estrategia de comunicación pudo haber logrado minimizar las consecuencias de la publicidad; finalmente, en la fase de recuperación faltaron acciones reforzadoras que consiguieran restablecer la confianza y reputación perdida.

Sin embargo, a pesar de que se hubiese logrado un adecuado manejo del escándalo político, la aprobación presidencial del presidente ya no alcanzaría niveles más altos durante el resto del sexenio, ya que la cantidad de escándalos y tensiones previas a la casa blanca cimentaron un clima de desconfianza general que mermó la percepción de la ciudadanía.

Es decir, no se deja de lado que existieron dos escándalos previos de una importancia igual o mayor que sirven como referente para entender el por qué en el resto del sexenio las acciones de la fase de recuperación dieron un resultado poco efectivo. Mismas que, de cierto modo, se vieron reflejadas en la aprobación presidencial de Peña Nieto.

#### **4.1 La comunicación del gobierno de Enrique Peña Nieto**

Uno de los aspectos más visibles de la gestión gubernamental es la forma en la que los mandatarios y su equipo se comunican con la ciudadanía, aunque no siempre valorado. Es decir, las herramientas o recursos utilizados para comunicar asuntos de interés público como la creación de instituciones, nuevas leyes, decisiones políticas, etc.

De acuerdo con Canel y Sanders (2013) y Meyenberg (2019), la comunicación gubernamental persigue dos objetivos principales: realizar un ejercicio de rendición de cuentas (dar razones por las cuales el gobierno toma ciertas decisiones) e intentar convencer a los medios de comunicación y a la opinión pública de los logros y decisiones del gobierno. En este punto, una última función es cuando menos guiar la agenda pública.

Siguiendo a estas autoras, la comunicación gubernamental se puede entender como un proceso comunicativo amplio y continuo entre el gobierno y la ciudadanía, en el cual el primero publicita información que deber ser de interés público para el segundo. Este proceso se caracteriza por el “estilo” de cada administración para construir mensajes y comunicarlos. El éxito de este proceso reside en tener en cuenta varios elementos como el lenguaje, el contexto, el emisor (la confianza y la reputación de este), las técnicas de comunicación, y por supuesto al receptor.

En el caso de Enrique Peña Nieto, desde su etapa como candidato a la presidencia la comunicación proyectó a un hombre comprometido y capaz de transformar al país<sup>81</sup>. Su estrategia de comunicación no varió en comparación con la que usó en el Estado de México, donde su paso como gobernador le sirvió para construir una imagen de confianza y popularidad ante los votantes.

La estructura de comunicación de resultados (comunicación gubernamental) del presidente tuvo tres ejes principales: el presidente como imagen institucional del cambio, el concepto de transformar (cambiar, mover o reformar), y el contar historias para ejemplificar y justificar los cambios. Una estructura que se cimentó principalmente en la abundancia de material y el gasto en publicidad. El gasto de Peña Nieto fue de más de 61 mil millones de pesos durante su sexenio en publicidad, mientras que el de Felipe Calderón fue de más de 32 mil millones (Aristegui Noticias 2012;2019).

---

<sup>81</sup> Esto se puede ver en los videos realizados para la campaña presidencial. Hay 98 videos (spots) que se encuentran disponibles en internet.

Como presidente, Peña se ocupó de su proyecto reformista con dos procesos de específicos: El Pacto por México y las cinco líneas de acción del sexenio. Dos proyectos que se tradujeron en reformas y políticas públicas, cuya presentación pública se convirtió en el reflejo de una parte de la comunicación gubernamental. Esto se puede ver en los videos del primer y segundo informe de gobierno, pero también en el mensaje del presidente en los actos presenciales de sus informes.<sup>82</sup>

Por un lado, la difusión permanente de las cinco líneas de acción las convirtió en las metas que el gobierno debía alcanzar al final de su gestión: paz, inclusión social, educación, crecimiento económico y responsabilidad global (Meyenberg, 2019). Al inicio del sexenio, el presidente y su equipo no perdieron el tiempo en resaltar que estos temas eran la columna vertebral de su Plan Nacional de Desarrollo (2013).

Por el otro, el Pacto por México se consagró y proyectó como el contrato político más importante de México en el siglo XXI. La proyección mediática que obtuvo le permitió posicionar al presidente como alguien que contaba con un gran consenso para transformar el país, a pesar de las resistencias sociales que generaron las reformas en telecomunicaciones, educación, energía y política. Si bien el pacto terminó antes del segundo año de gobierno debido a problemas entre los partidos políticos que lo integraron, este le trajo como beneficio la aprobación de sus reformas estructurales (Ortega 2015; Ramos 2016).

Durante los primeros dos años del sexenio fue muy común ver, leer y escuchar *Mover a México*. Esta frase en repetición constante fue uno de los pocos aciertos de comunicación del sexenio, pues sintetizó el objetivo perseguido por el gobierno (Meyenberg, 2019, p.114). Al mismo tiempo, el presidente recurrió a grandes recursos de publicidad para presentar sus avances y *compromisos* cumplidos. Una estrategia que también usó cuando fue gobernador del Edomex.

Sin embargo, sus estrategias de comunicación se vieron contrarrestadas por los hechos del año 2014. Desde ese año se evidenciaron los problemas que el área de comunicación tenía. Uno de ellos fue la exposición pública del presidente: si bien él apareció en los medios de comunicación y asistió a eventos públicos, la mayor parte de su interacción fue controlada, es decir, se prestableció con qué personas de la ciudadanía podía interactuar,

---

<sup>82</sup> Los videos se encuentran disponibles en internet. Véase: el canal de *Youtube* “Presidencia Enrique Peña Nieto”. <https://www.youtube.com/user/gobiernofederal>

y con los medios de comunicación se buscó el menor intercambio de posiciones. En suma, el proceso de comunicación se volvió unidireccional: del gobierno hacia los demás.

La decisión de no exponer al presidente a una dinámica con los medios que pudiera ser perjudicial a su imagen, lo que era contrario a la tendencia de la mayoría de los presidentes de apelar al público (*going public*) (...). Se eligió en cambio ubicar al presidente en una zona de confort que le evitaba riesgos y posibles críticas, pero que le aportaba poco en términos mediáticos y de aprobación social. (Meyenberg, 2019, p.117)

Por otro lado, en la organización interna de la comunicación gubernamental nunca hubo una idea concreta de dónde estaría ubicado este importante proceso. Las actividades de comunicación nunca estuvieron bajo una sola área, sino que fueron repartidas en diversas áreas de la presidencia. Lo que supone un problema de comunicación interna que dificultó las tareas: “las áreas afines, que deberían estar a cargo de un solo liderazgo, se encontraban repartidas entre el staff del presidente, quienes las consideraban sus cotos de poder” (Meyenberg, 2019, p.119).

Probablemente, la inadecuada organización interna de la comunicación y los hechos enfrentados en los primeros años en 2013, 2014 y 2015 obligaron a reorganizar diversas áreas de la oficina presidencial. Fueron varios los encargados que intentaron rescatar la imagen presidencial, pero fracasaron a pesar de los diversos intentos<sup>83</sup> (Meyenberg, 2019). Después

---

<sup>83</sup> De acuerdo con Meyenberg (2019), el equipo general del presidente Peña Nieto se dividió en cinco áreas principales: 1) Jefatura de la Oficina de Presidencia; 2) Coordinación de Comunicación Social; 3) Secretaría Particular del presidente; 4) Coordinación de Asesores del presidente; 5) Secretaría Técnica del Consejo de Seguridad nacional. El área uno estuvo a cargo de Aurelio Nuño con tres coordinaciones de comunicación: a) Opinión Pública, b) Estrategia y Mensaje Gubernamental, y c) Estrategia Digital Nacional. La primera coordinación estuvo a cargo de Rodrigo Gallart; la segunda con Andrés Massieu Fernández; y la tercera con Andrea Lagunes (2012-2017) y Yolanda Martínez (2018). Por otro lado, el área de discursos estuvo en la (4) Coordinación de Asesores, bajo el mando de Francisco Guzmán. La Coordinación de Comunicación Social (2) tuvo al frente a David López; En 2015 se reformó dos veces el Reglamento de la Oficina de la Presidencia (ROP), con ello López fue sustituido por Eduardo Sánchez, quien fue el portavoz de la presidencia desde 2013 (pero cuya adscripción estaba en la Jefatura de la Oficina de Presidencia). Estos cambios incluyeron la subordinación de la vocería, y algunas tareas de Estrategia y Mensaje Gubernamental a Comunicación Social. Además, se creó una nueva coordinación dentro de la Oficina Presidencial llamada Marca País, la cual centró la relación con la prensa extranjera; estuvo a cargo de Paulo Carreño (2015) y Carla Sánchez Armas (2016-2018). La segunda reforma al ROP en 2015 reordenó las áreas de presidencia tras la salida de Nuño a la Secretaría de Educación Pública y la llegada al cargo de Francisco Guzmán. De tal forma que las áreas quedaron así: 1) Coordinación de Comunicación Social; 2) Secretaría Particular del presidente; 3) Secretaría Técnica del Consejo; 4) Jefatura de la Oficina de Presidencia (Coordinación de Asesores, Coordinación de Opinión Pública, Coordinación de Estrategia, Coordinación de Marca País y Medios Internacionales). Con esto se puede observar que la comunicación presidencial no contó con un área general para dichas tareas, siempre estuvieron repartidas.

de 2014, la comunicación presidencial pasó de ser proactiva a ser reactiva, es decir, de ser quien imponía los temas en la agenda pública pasaron ser el tema de la agenda colocado por otros actores.

#### **4.2 Tlatlaya y Ayotzinapa, dos precedentes clave**

Para entender el análisis aquí propuesto es necesario hacer algunas precisiones. A pesar de que cualquier acto informativo emanado del gobierno o de sus instituciones es considerado como comunicación gubernamental, para el caso de los momentos de crisis, como los escándalos políticos, es conveniente utilizar el concepto de comunicación de crisis.

Cuando suceden hechos que rompen o alteran la “normalidad” dentro de la vida diaria de un gobierno o de una sociedad es necesario que quienes tienen el deber de informar, organizar a los demás, y resolver los problemas lo hagan de una forma especial y acorde con las circunstancias. Así, la comunicación gubernamental se convierte en comunicación de crisis para atender una situación crítica.

En el gobierno de Peña hubo muchos momentos en los que el equipo de comunicación estuvo a prueba ante diversas situaciones como la fuga de *El Chapo*, los *gasolinazos*, y los sismos del año 2017. Debido a la diversa naturaleza de cada uno de estos eventos, solo se describe brevemente la comunicación de crisis de los casos Tlatlaya y Ayotzinapa porque ambos sucedieron poco antes del escándalo político la casa blanca (como se explicó en capítulos anteriores).

Los hechos de Tlatlaya se remontan al 30 de junio de 2014. La madrugada de ese día un convoy del ejército mexicano tuvo un enfrentamiento con un grupo de personas. El resultado fueron 22 civiles asesinados al interior de una bodega y tres mujeres sobrevivientes. Lo que inicialmente se reportó en los medios de comunicación como un combate a la delincuencia, se convirtió en el primer escándalo relevante del sexenio. El 1 de julio de 2014, el entonces gobernador del Estado de México, Eruviel Ávila declaró:

Quiero expresar mi agradecimiento al Ejército Mexicano, a las fuerzas armadas, a la Marina, a la Policía Federal porque juntos estamos trabajando para combatir a los verdaderos enemigos de la sociedad que son los delincuentes. El Ejército Mexicano, allá en Tlatlaya, tuvo una valiente presencia y acción al poder rescatar a tres personas que estaban secuestradas, lamentablemente un militar resultó herido, pero el Ejército en su legítima defensa actuó y abatió a los delincuentes y el gobierno del estado de

México le reconoce su participación y le agradece su acción decidida, contundente el día de ayer. (Aristegui Noticias, 2014)

Sin embargo, esta versión fue cuestionada al poco tiempo por distintos medios de comunicación a partir de que sus diversas fuentes de información dieron otras versiones de lo sucedido, y que contrastaron con la narrativa oficial. Esto poco a poco se convirtió en un escándalo político mediático que se mantuvo vigente durante varios meses.

El 30 de septiembre de ese año, el titular de la PGR (Procuraduría General de la República), Jesús Murillo Karam, trató de justificar los hechos como un combate a la delincuencia. Sin embargo, las declaraciones e informes de la PGR, la Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA) y la Secretaría de Marina (SEMAR) no concordaron entre sí (Zepeda M., 2014).

El 1 de octubre de 2014, Eruviel Ávila solicitó a los reporteros ya no cuestionarle sobre el caso Tlatlaya: “Por eso yo ruego la comprensión de todas, de todos ustedes, [...], e insisto, ventilar este asunto, estrictamente donde se deba ventilar es decir, ante los tribunales competentes, los tribunales correspondientes” (Aristegui Noticias, 2014). El 10 de octubre Murillo Karam cuestionó las declaraciones de una de las testigos del caso (Julia), al mencionar que ya había realizado tres versiones sobre los hechos.

Por su lado, la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) comenzó sus propias investigaciones correspondientes, de las que derivó la recomendación 51/2014, a casi cuatro meses de los hechos. El posicionamiento de la CNDH recomendó al Estado mexicano iniciar una investigación más profunda, ya que se tenían indicios de que al menos 12 de las 22 personas fueron asesinadas sin justificación. Además, la escena del crimen había sido modificada (Zepeda M., 2014).

A seis años de lo sucedido, la Fiscalía General de la República (antes PGR) decidió cerrar el caso. “El fiscal informó de que tras analizar la información no había indicios para ‘ejercer acción penal’ contra nadie. A día de hoy, ni uno solo de los militares implicados directa o indirectamente en el caso está en prisión” (Ferri, 2020b).

Este breve recuento del manejo del caso Tlatlaya evidencia algunas cosas, con base en Marín (2009): a) No se comunicó con precisión e información verificada. b) No se comunicó a los interesados, a los medios de comunicación, ni a la opinión pública de forma

constante. c) No hubo coordinación entre los responsables de comunicar los avances. d) No se comunicó con credibilidad y transparencia.

Este caso pudo haber sido distinto. Más allá de la impartición de justicia en México, la comunicación de crisis con un sentido ético y de rendición de cuentas pudo haber cambiado la percepción del trabajo realizado por las autoridades. El no tener un plan de comunicación de crisis o no seguirlo, hizo más difícil controlar un escándalo. Es posible que la injerencia de ciertas autoridades de nivel federal en este caso haya sido contraproducente, ya que se trasladó la responsabilidad a la imagen del nivel más alto de gobierno.

La historia de Ayotzinapa no fue distinta. La noche del 26 y madrugada del 27 de septiembre de 2014, un grupo de estudiantes de la escuela Normal Rural “Isidro Burgos”, en Guerrero, fue violentado en la ciudad de Iguala por elementos de la policía local y personas del crimen organizado. Ello resultó en cinco normalistas asesinados, 25 heridos y 43 desaparecidos (Franco, 2018).

Las primeras versiones oficiales de los hechos establecieron que los estudiantes viajaron a la ciudad para “sabotear” un evento de María de los Ángeles Pineda, esposa del alcalde Luis Abarca, del Partido de la Revolución Democrática (Animal Político, 2014b). Después se confirmó que los estudiantes viajaron para conseguir recursos y transporte para participar en las movilizaciones sociales del 2 de octubre en memoria de la masacre de Tlatelolco de 1968, en la Ciudad de México.

El 30 de septiembre la Procuraduría General de Justicia de Guerrero confirmó que los policías involucrados en el caso hicieron uso excesivo de la fuerza; razón por la cual 22 de ellos estaban detenidos. Ese mismo día, el alcalde de Iguala pidió licencia a su cargo para no obstaculizar las investigaciones pertinentes (Animal Político, 2014b). Sin embargo, el alcalde y su esposa huyeron del estado.

El 4 de octubre Peña Nieto dio un mensaje<sup>84</sup> a los medios sobre lo acontecido en Guerrero. Después de su breve mensaje el presidente se retiró. Fue un acto informativo unidireccional donde no se recibieron cuestionamientos. Ese mismo día se anunció que el procurador Murillo Karam tomaba el caso de los estudiantes e informaría sobre este.

---

<sup>84</sup>“Mensaje a medios del Presidente Peña Nieto sobre Iguala, Guerrero”. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=TMhTsPEKZWI>

El 17 de octubre detuvieron al líder de Guerreros Unidos, Sidronio Casarrubias, quien fue señalado como el autor material del crimen. Para el 22 de octubre, la PGR aseguró que Abarca y su esposa fueron los autores intelectuales de la represión (Animal Político, 2014b). Ante la situación, los errores y las movilizaciones sociales, el 23 de octubre el gobernador de Guerrero Ángel Aguirre (PRD) pidió licencia a su cargo. Finalmente, el 29 de octubre, EPN se reunió con los padres de las víctimas. Como consecuencia del diálogo, el gobierno federal aceptó 10 compromisos<sup>85</sup> relativos a la búsqueda de los jóvenes.

El 4 de noviembre el alcalde de Iguala y su esposa fueron detenidos en la Ciudad de México. Para el 7 de noviembre, familiares de los 43 estudiantes se reunieron nuevamente con el procurador Murillo Karam. Ese mismo día él presentó a los medios un segundo informe del caso.<sup>86</sup> De esta conferencia surgió el #YaMeCansé, en referencia a la frase que utilizó el procurador al final del evento y que generó reacciones negativas en redes sociales<sup>87</sup>. El 9 del mismo mes se publicó el reportaje de la casa blanca.

El 18 de noviembre la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) formalizó su asistencia técnica hacia las autoridades mexicanas por el caso. Ese mismo día el presidente Enrique Peña Nieto aseguró que, tras los hechos de Ayotzinapa, “pareciera que hay un ‘afán orquestado por desestabilizar al país’ y atentar contra el proyecto que impulsa su gobierno” (Palomec, 2014).

El 21 de noviembre los familiares de los estudiantes se reunieron por tercera ocasión con autoridades federales en la Comisión Estatal de Derechos Humanos de Guerrero. Mientras que el 27 de noviembre Peña Nieto anunció una serie de 14 medidas en seguridad, justicia y desarrollo económico para fortalecer el Estado de derecho. De estas propuestas varias fueron referentes a seguridad y anticorrupción (Expansión, 2014).

El 27 de enero de 2015, Jesús Murillo Karam presentó un nuevo informe frente a la prensa al que él mismo llama “la verdad histórica”, según el cual los 43 estudiantes fueron asesinados e incinerados en el basurero de Cocula. De acuerdo con las investigaciones de la

---

<sup>85</sup> Los compromisos son, en general, en términos de investigación e impartición de justicia. Solo uno hace referencia a la comunicación pública de la información del caso. Pueden revisarse en Animal Político (2014a)

<sup>86</sup>“Conferencia de Prensa del Procurador, Jesús Murillo Karam (Ayotzinapa)”. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=QNcfdHUip8c>

<sup>87</sup> La conferencia duró poco más de una hora. En ella el procurador explicó sus avances de investigación ante la prensa, posteriormente contestó diversas preguntas sobre el caso. Casi al final del evento Murillo Karam realizó un comentario que opacó su informe: la famosa frase “Ya me cansé”.

PGR, un grupo de narcos confundió a los jóvenes con sicarios de un grupo rival, quienes poseían droga perteneciente al grupo mencionado (Franco, 2018); Así, el gobierno concluyó que el ataque fue planeado y operado por el cártel Guerreros Unidos en conjunto con la policía local.

A pesar de las inconsistencias de su informe, la PGR detuvo a varios policías y personas involucradas con los hechos. Sin embargo, el trabajo realizado por Murillo Karam no convenció a ni a los medios de comunicación ni a la opinión pública, y fue cuestionado por académicos nacionales e internacionales. El 26 de febrero de 2015 él dejó su cargo como procurador. Su lugar lo tomó Arely Gómez.

Ante la falta de veracidad del informe presentado por Murillo Karam y la presión ejercida por la sociedad mexicana, los medios y organismos internacionales<sup>88</sup>, se crearon grupos paralelos e independientes para investigar el caso. De los resultados de estas investigaciones independientes se descartó científicamente la posibilidad de que los 43 jóvenes fuesen quemados en el basurero de Cocula.<sup>89</sup> Con ello se confrontó a las autoridades mexicanas para que siguieran trabajando, a pesar de la poca credibilidad de la que gozaban.

Una de las últimas acciones relevantes sobre el caso durante el sexenio fue la creación de una fiscalía especializada para la búsqueda de los estudiantes, como parte de una nueva estrategia (Expansión, 2015). Esta petición la realizó el presidente después de su última reunión con los padres de familia de los normalistas, el 24 de septiembre de 2015.

La intensidad de estos dos hechos minó los proyectos del presidente. Sin duda, los hechos 2014 repercutieron en la reputación y confianza del presidente. Ayotzinapa se convirtió en parte de la herencia del sexenio priísta del siglo XXI. La huella de los 43 desaparecidos, como la del 68, se refresca con una marcha anual que comenzó desde el 2014.

A riesgo de no ser exhaustivo en la recuperación de los hechos relevantes del caso Ayotzinapa, y dada la importancia que marcó en la historia del México moderno, sirva este breve recuento para explicar la comunicación de crisis del caso.

---

<sup>88</sup> Como la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización de los Estados Americanos, Amnistía Internacional y la Corte Interamericana de Derechos Humanos (Palomec, 2014)

<sup>89</sup> “El EAAF considera que su peritaje sobre el Basurero de Cocula arriba a conclusiones finales que son consistentes y complementarias con las verdades en el informe emitido en septiembre del 2015 por el Dr. Torero, experto independiente del Grupo Interdisciplinario de Expertos Internacionales (GIEI)” (EAAF, 2016).

Los problemas principales fueron el comunicar sin credibilidad y transparencia, el informar sobre lo que no se conocía y estuviese contrastado, no se valoró con justa medida la crisis, y no hubo unificación del mensaje (Marín, 2009). Cuatro puntos clave que hicieron fracasar la eficiencia del mensaje y la postura del gobierno. Esta problemática se evidenció desde Tlatlaya y hasta el fin del sexenio.

La concatenación del primer caso, a finales de junio, con Ayotzinapa a finales de septiembre, no dio espacio de maniobra al equipo del presidente para intentar a contrarrestar los efectos de ambos problemas. Aun así, las opciones fueron limitadas. Habrá que recordar que, de acuerdo con Meyenberg (2019), el área de comunicación de crisis no existió, por lo que es probable que nadie dentro de presidencia tuviera idea de cómo afrontar las crisis.

Otra cuestión que debe considerarse en este caso es la pertinencia de atraer un caso estatal al orden federal. Si bien es comprensible la magnitud del caso, la manera en que el gobierno federal se hizo responsable del caso Ayotzinapa le autoimpuso una tarea de gran tamaño, para lo cual no estaba preparado en muchos sentidos, principalmente en el área de impartición de justicia. Si bien hubo intentos de obtener el apoyo de la opinión pública con acciones concretas, estas no funcionaron por diversas razones, algunas de ellas son:

1. El gobierno local, estatal y federal no valoraron la magnitud de la violencia ejercida contra los estudiantes de la normal, un grupo históricamente vulnerable por razones de marginación social y económica.
2. La memoria histórica de las diversas protestas estudiantiles en México sigue vigente (movimiento estudiantil de 1968, el *Halconazo*, y la Huelga de la UNAM en 1999, por mencionar algunos).
3. Cuando el alcalde Abarca pidió su licencia para no interferir en las investigaciones del caso, este huyó con su esposa, lo que probablemente no generó un impacto positivo en la opinión pública.
4. Más de un mes después, el gobierno federal se interesó en el caso e hizo a un lado a las autoridades del estado de Guerrero, lo que pudo ser percibido como *reconocer* la incompetencia del gobierno de Ángel Aguirre.
5. Al atraer el caso, el gobierno federal y el presidente se hicieron responsables de hechos que en principio debían ser aclarados a nivel estatal. Fita (1991 en Meyenberg, 2019) menciona que una estrategia que puede ayudar a minimizar el impacto de una

crisis de comunicación es trasladar la culpa hacia otro actor. En este caso se hizo de forma inversa.

6. Durante la búsqueda de culpables se obtuvieron confesiones y evidencias poco creíbles sobre el acontecer de los hechos. Con ellas se señalaron y detuvieron a distintas personas como responsables del caso, entre ellos el alcalde de Iguala y su esposa.
7. Las investigaciones de la PGR fueron cuestionadas por expertos internacionales y nacionales en los medios de comunicación. A partir de estos señalamientos se hicieron correcciones o precisiones, pero se trató de mantener la misma conclusión.
8. La comunicación entre afectados y los responsables de la comunicación no fue adecuada. Una vez que el presidente y su equipo decidieron apropiarse del caso, también tenían que hacerlo de la comunicación. Con los padres de familia la comunicación fue inadecuada. Cabe recordar que la primera de las dos reuniones que el presidente tuvo con ellos fue a finales de octubre de 2014, dos meses después de los hechos, la segunda y última reunión donde él estuvo presente fue el 24 de septiembre de 2015.
9. Probablemente, la verdad histórica fue el error más grande en la comunicación de esta crisis. Al tratar de imponerla unilateralmente como la única investigación válida y verdadera sobre el caso Ayotzinapa, ésta se convirtió en un antónimo para los padres, los expertos y la opinión pública.

Hasta aquí este breve repaso sobre la comunicación de crisis en estos dos casos trascendentes en el gobierno de Enrique Peña Nieto. Cabe señalar que hay una diferencia sustancial entre Tlatlaya y Ayotzinapa, y la casa blanca, los dos primeros fueron hechos de nivel local-estatal, a pesar de la intervención de elementos federales, mientras que el último caso implicó directamente al presidente, a su esposa y un secretario de Estado. Una diferencia que no es menor, ya que en términos prácticos y teóricos las diferencias son sustanciales, como se explicará a continuación.

#### **4.3 La casa blanca de Enrique Peña Nieto y el manejo de la comunicación de crisis**

En el primer capítulo se definió al escándalo político como acciones que son consideradas una transgresión de normas o valores sociales que tienen lugar y repercuten en la esfera

política, que al ser publicadas y mediatizadas provocan la manifestación pública de la sociedad, y tiene consecuencias para los directamente involucrados.

En un escándalo lo que se pone en juego es la reputación y la confianza que tiene cada uno de los involucrados. Quienes se dedican a la política saben, o deben saber, que estos dos elementos son recursos indispensables para presentarse a la ciudadanía y conseguir su apoyo. Cuando estos elementos están presentes en un político, política, institución o gobierno, facilitan la ejecución de decisiones.

Un candidato o candidata que goce de *buena* reputación y de *mucha* confianza a la ciudadanía tendrá más probabilidad de conseguir el apoyo necesario para ganar una elección. Una institución de gobierno podrá realizar mejor sus funciones si la ciudadanía le tiene confianza y considera que este tiene una reputación óptima. Un presidente podrá ejecutar su plan de gobierno (reformas, programas, cambios en general) con menos resistencia y obstáculos si conserva estos dos recursos en buenos niveles.

En un contexto donde las posibilidades de ser expuesto ante los otros son muy altas gracias las tecnologías de la información y la comunicación, la esfera política se encuentra en constante vigilancia. Así, en la era de la política de la (des)confianza (Thompson, 2001) se enfatiza en la publicidad de quienes se dedican a la política. Se debe cuidar que su imagen mejore (confianza y reputación) y procurar no debilitarla frente a la ciudadanía. En este sentido, un escándalo amenaza con mermar la confianza y la reputación de los involucrados.

En el caso de Enrique Peña Nieto, su imagen fue uno de los aspectos de campaña y gobierno al que mayor énfasis se le dio. Desde su gubernatura en el Estado de México se proyectó un hombre que cumplía compromisos. Una estrategia que, como se mencionó líneas antes, fue retomada para la campaña y los primeros años de gobierno.

Su forma de comunicar se vio en la necesidad de cambiar cuando el escándalo de los estudiantes desaparecidos de Ayotzinapa cobró mayor importancia en los medios y en la sociedad. Para ese entonces el único problema que arrastraban era el caso Tlatlaya, ocurrido casi tres meses antes. Sin embargo, el equipo del presidente no calculó la dimensión del problema que significaba la desaparición de los estudiantes, por lo que las acciones para atender el caso y la comunicación emitida desde su oficina no estuvo al alcance de los hechos.

En menos de dos meses se dio a conocer la existencia de una casa que representó un posible conflicto de interés entre él, su esposa, el secretario de Hacienda y Crédito Público y

grupo Higa, una de las principales empresas de construcción de obra pública durante el sexenio, la cual tuvo obras importantes en el Estado de México cuando Peña Nieto gobernó dicha entidad. A diferencia de Tlatlaya y Ayotzinapa, la casa involucró directamente al presidente y a su círculo más cercano.

La casa blanca se compone de tres elementos entrelazados entre sí, pero al mismo tiempo independientes. La casa (blanca) de Angélica Rivera, el jardín y casa de Luis Videgaray y el Tren México-Querétaro son tres hechos que guardan una conexión con respecto a la corrupción, en específico al conflicto de interés. Es necesario contemplar a estos tres elementos como parte de un todo para entender los cuestionamientos de fondo sobre el conflicto de interés, las consecuencias del escándalo y el manejo de la comunicación de crisis.

Estos hechos son considerados como un escándalo político mediático por la mediatización de supuestas transgresiones a las leyes y normas morales: actos de corrupción, conflictos de interés y malversación de dinero público. Dichas acciones se dieron en la esfera política porque involucraron a actores políticos, pero también personas morales que tuvieron y tenían participación en la construcción de obras públicas, primero del Estado de México y posteriormente del gobierno federal. Grupo Higa no solo era una constructora más, sino una empresa que tuvo una relación muy cercana con el presidente y sus allegados.

El reportaje que detonó el escándalo principal (la casa blanca) fue resultado de una investigación periodística que buscó exponer la relación entre la casa, la constructora y el presidente. Los periodistas responsables usaron entrevistas, fotos y documentos, algunos de ellos obtenidos utilizando la Ley Federal de Acceso a la Información Pública Gubernamental, para dar cuenta de todo lo que implicaba el caso.

Aunque la exposición de la casa es importante, un escándalo necesita provocar la manifestación pública de indignación de la sociedad para completar el ciclo. Cabe recordar que la naturaleza de un escándalo político reside en que este sucede dentro de la esfera política, pero eso no implica que todos los escándalos políticos tengan como base el mismo tipo de transgresión (Thompson, 2001). Así se entiende que la casa blanca es un tipo de escándalo distinto a otros dentro del sexenio de Peña Nieto y en la política mexicana.

De acuerdo con las categorías de Thompson (2001), los escándalos políticos se pueden clasificar en sexuales, de poder, y financieros. Siendo esta última la categoría que mejor se acopla al caso de esta investigación. Los de tipo financiero son aquellos que:

se basan en la revelación de actividades realizadas por personalidades políticas en las que se aprecia el quebrantamiento de las reglas que rigen la adquisición y la asignación de los recursos económicos. Los escándalos políticos de naturaleza financiera implican por lo general vínculos ocultos entre el poder político y el económico, vínculos que se consideran impropios y que, al ser revelados, desencadenan el escándalo. (Thompson, 2001, p. 169)

De aquí se observa que la mayor parte de las actividades referidas con lo público son realizadas dentro de un marco legal que rige la adquisición y la asignación de los recursos económicos. Pero también se hace hincapié en que los vínculos (ocultos o no) entre la política y el dinero pueden ser impropios, y que a pesar de que la relación entre estos poderes sea legal, no siempre es vista como correcta, por lo que la transgresión de alguna ley o norma es más probable de generar una alta capacidad vinculante.

Pero un escándalo financiero dentro de la política enmarca relaciones más complejas que no siempre son tan sencillas de diferenciar. Siguiendo a Thompson (2001), los escándalos de este tipo pueden tener al menos cuatro formas específicas y no excluyentes, de las cuales se rescatan tres para explicar principalmente la casa blanca, el jardín y la casa de Luis Videgaray, y el Tren México-Querétaro:

Una de esas formas implica un inadecuado intercambio de recursos económicos (dinero, regalos, etcétera) realizado con el propósito de influir en determinadas decisiones o resultados políticos- es decir, implica, en otras palabras, la práctica del soborno-. Un segundo tipo implica la apropiación indebida de fondos públicos, el fraude, el engaño o la mala utilización de la información para la obtención de un beneficio personal o privado. Una tercera forma implica la existencia de intereses económicos o privados o sin declarar que podrían entrar en conflicto, o suscitar la opinión de que entran en conflicto, con las obligaciones y responsabilidades públicas de un político. (Thompson, 2001, p.220)

Por un lado, los principales cuestionamientos periodísticos y de la sociedad civil sobre la casa de Angélica Rivera versaron sobre la relación que el presidente y grupo Higa

habían mantenido desde tiempo atrás. A partir de lo cual se interpretó que la casa se trató de un regalo hacia el gobierno para obtener beneficios. Cabe señalar que una filial<sup>90</sup> de esta constructora ganó la licitación para realizar el Tren México-Querétaro.

Por otro lado, dado el valor estimado de las casas (de Rivera y Videgaray) hubo un interés genuino en saber si dichas personas tenían la capacidad económica para adquirir dichas propiedades, y si todo el proceso de compra-venta se realizó de forma legal. Situación que no quedó clara en ningún caso.

Finalmente, se habla de un escándalo político financiero porque las acciones antes descritas dieron pie al cuestionamiento de un conflicto de interés entre el presidente, su esposa, su secretario Estado y una de las empresas constructoras que más obras públicas había conseguido de los gobiernos de Peña Nieto, y que en su momento ganó la licitación del Tren de Alta Velocidad México-Querétaro.

Estas razones son idóneas para considerar a la casa blanca (junto al jardín de Luis Videgaray, y la licitación del Tren) como el escándalo político mediático financiero del sexenio de Enrique Peña Nieto. En el entendido de que cumple con las características que se han detallado en los capítulos anteriores, se procede al análisis de las fases.

#### ***4.3.1 Las fases del escándalo político***

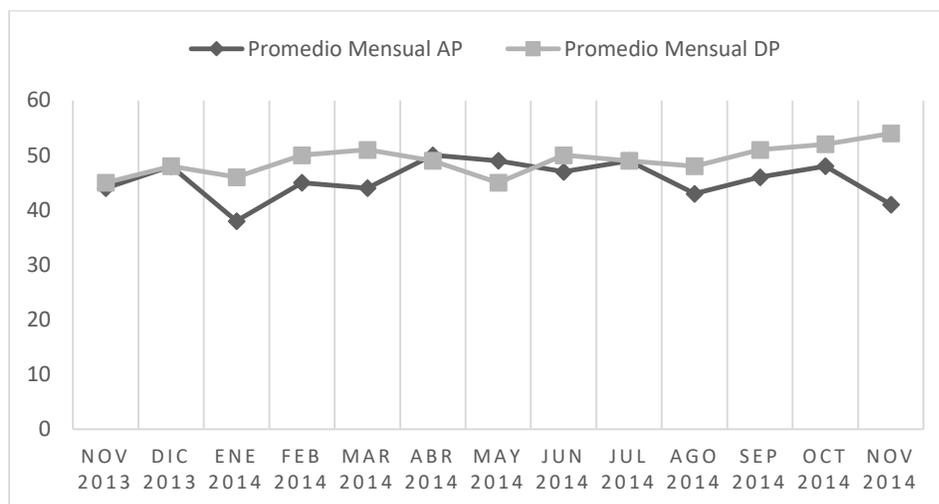
El contexto socio-político del año 2014 en México fue bastante complejo. El gobierno de la república enfrentó problemas relacionados con la seguridad pública, abuso de poder, violencia y desaparición forzada, a partir de los cuales enfrentó una disminución de confianza y un daño en su reputación. Esto se ve reflejado en las encuestas de *Aprobación Presidencial*, la cual se definió anteriormente como la percepción de la ciudadanía sobre el trabajo realizado por el presidente. La opinión pública se mide a partir de encuestas periódicas y con ayuda de la estadística.

---

<sup>90</sup> Constructora Teya, de Grupo Higa, en conjunto con China Railway Construction Corporation, GIA+A, y Prodemex.

**Gráfica 1**

**Aprobación Presidencial EPN 2013-2014**



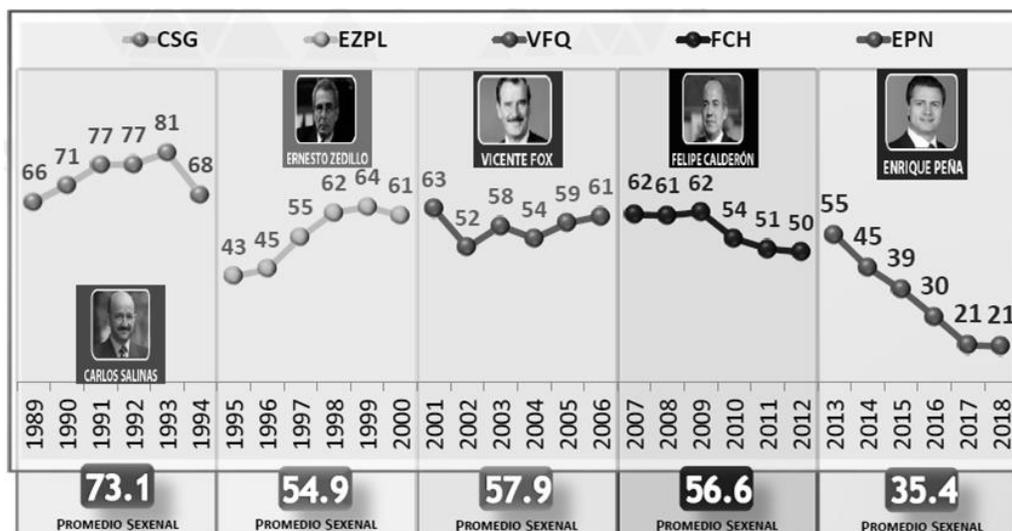
**Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de Oráculo.**

En la gráfica anterior se observan varias cosas: un año antes del escándalo de la casa blanca hubo un primer cruce entre los niveles de aprobación y desaprobación de la gestión del presidente. El segundo cruce sucedió en abril de 2014, a partir de entonces la aprobación subió brevemente hasta el mes de junio, en el que invirtió su posición con la desaprobación.

Para julio de 2014 prácticamente la percepción sobre el trabajo de EPN se dividió en 50/50. Desde entonces ambas variables se separaron en sentidos opuestos. La opinión pública medida jamás volvió a expresar gran cantidad de apoyo, como se observará más adelante en la gráfica 3.

Como se observa en la imagen 1, Enrique Peña Nieto tiene el segundo gobierno con menor aprobación al iniciar su gestión, sólo detrás de Ernesto Zedillo. Además, es el presidente con menor aprobación presidencial promedio (sexenal). Es decir, la media de la percepción sobre su gobierno es de 35.4%, frente a los otros presidentes, quienes tienen por encima de los 54 puntos porcentuales.

**Imagen 1**  
**30 años de Aprobación de Gobierno.**  
**Promedios Anuales**



**Fuente: Consulta Mitofsky (2018). Seis años de gobierno. Evaluación Final**  
**Enrique Peña Nieto**

Para el momento previo a la revelación pública del escándalo de la casa blanca el clima de desconfianza hacia el gobierno federal era alto, en comparación con meses y sexenios anteriores (ver imagen 1). Estos primeros datos (entre diciembre 2013 y junio 2014) tuvieron que haber encendido señales de alerta a los encargados de la comunicación gubernamental del presidente, pero al parecer no lo hicieron o no supieron reaccionar adecuadamente.

Ante los casos de Tlatlaya y Ayotzinapa, el gobierno de Enrique Peña Nieto siguió en la línea discursiva de cambio y promesas para solucionar los problemas, así como en la estrategia de comunicación: dejar que los demás explicaran, mientras el presidente seguía haciendo su trabajo. Un error de origen ya que, como se explicó en los apartados anteriores, el atraer casos estatales al nivel federal obligó al equipo del presidente a mover una maquinaria especializada para tratar solucionar los casos no solo en materia de justicia, sino de comunicación.

Ahora bien, el escándalo de la casa blanca no comenzó con la compra o construcción de ésta. Toda la parte de la compra de los terrenos, el diseño de la misma e incluso el

descubrimiento de la residencia por parte del equipo periodístico y la investigación posterior fue solo el primer paso: la fase previa. Ésta conlleva la transgresión, investigaciones y/o pesquisas relacionadas, así como los rumores o chismes que comienzan a señalar la posibilidad de un escándalo político.

Como se explicó en el capítulo 3, la investigación periodística de la casa comenzó en mayo de 2013, a raíz de que Rafael Cabrera se percató de una portada de la revista *Hola!* (México), en donde Angélica Rivera mostró la residencia. De ese momento a la publicación transcurrieron 18 meses, pero la transgresión no fue evidente en el reportaje sobre la casa, fue a través del periodismo de investigación que se estableció la relación entre el constructor de la casa, Higa, y la pareja presidencial.

Como se sabe, la casa comenzó a construirse desde noviembre de 2009, año en que la pareja pidió a Juan Armando Hinojosa Cantú el proyecto inmobiliario. Sin embargo, el contrato de compra venta se firmó hasta el 12 de enero de 2012 (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán 2016). Cabe señalar que estos hechos sucedieron antes de que Peña Nieto ganara la presidencia.

Por otro lado, el contrato de compra-venta de la casa y el jardín de Luis Videgaray en Malinalco, Estado de México, se efectuó en 2013, aunque el exsecretario defendió que fue en 2012, justo antes de ser funcionario público federal (Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán 2016). Finalmente, la historia formal del tren de alta velocidad comenzó en julio de 2014 con la pre convocatoria a la licitación pública<sup>91</sup>, aunque el resultado de los ganadores se dio a conocer hasta el 3 de noviembre del mismo año (El Financiero, 2014).

La fase previa del escándalo terminó cuando se revelaron periodísticamente los hechos o en este caso, las transgresiones. En una era donde los medios de comunicación son quienes buscan posicionar la agenda pública, se entiende que “un escándalo mediático no comienza con la transgresión misma, sino más bien con el acto que la revela o con la alegación que convierte la transgresión original en un objeto conocido por el público” (Thompson, 2001, p.107). Es decir, la casa blanca, el jardín de Luis Videgaray y la licitación

---

<sup>91</sup> Documento: “Pre convocatoria a la licitación pública internacional abierta que contiene las bases de: licitación pública internacional abierta no. po-009000988-n49- 2014 para el otorgamiento de un contrato mixto de obra pública para la construcción, suministro y puesta en marcha de: (i) una vía férrea; (ii) material rodante; (iii) equipos y sistemas y demás componentes del proyecto del tren de alta velocidad México D.F.- Santiago de Querétaro, Querétaro, en adelante ‘el tren México Querétaro’”.

del Tren México-Querétaro fueron susceptibles de convertirse en escándalo solo hasta que la información se hizo pública.

En la actualidad un escándalo político solo encuentra sentido si es mediático porque la esfera política no está aislada de la participación de los medios de comunicación y la ciudadanía (Thompson, 2001); ésta última, a través de un proceso de comunicación que va de lo privado a lo público, manifiesta sus percepciones en la esfera pública, lo que inicia un proceso de discusión entre la ciudadanía y los diversos actores de la sociedad.

Por ello, la siguiente fase del escándalo fue la exposición pública de los hechos. La publicidad de la transgresión es lo que realmente comenzó el camino del escándalo (Thompson, 2001). En esta etapa se dieron tres puntos importantes en el proceso del escándalo:

a) El escándalo se desarrolló por y a través de los medios. Como se explicó en los capítulos anteriores, la vida del ser humano en la modernidad no puede entenderse sino es por el rol que los medios de comunicación tienen en la vida social. En este sentido, el escándalo de la casa blanca se entiende como un hecho mediático por su origen en los medios.

La revelación fue pensada como una estrategia de largo alcance para que gran parte de la audiencia o ciudadanía conociera dicho suceso. Parte de la estrategia consistió en la alianza con otros medios nacionales y extranjeros para difundir el reportaje, tal y como señalan Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán (2016)<sup>92</sup>.

b) Los intercambios discursivos sobre el escándalo (declaraciones y aclaraciones) fueron en los medios, lo que implicó una batalla mediática por controlar el espacio mediático, y con ello la opinión pública. Esto supone revisar la aprobación presidencial como un balance hecho por la ciudadanía (o los encuestados) sobre la casa blanca y otros elementos de la gestión del presidente.

Gran parte de lo que los medios recuperaron y cómo lo presentaron es el reflejo de la lucha simbólica del escándalo. Aunque tampoco se debe olvidar que estos juegan a favor o en contra dependiendo del caso. De esta forma, lo que publican también configura la opinión de la ciudadanía. Lo que se traduce en un bucle de comunicación. Sobre este tema se pueden observar los anexos 1,2 y 3.

---

<sup>92</sup> Véase el contenido creado especialmente sobre el caso: <https://aristeguinoicias.com/0911/mexico/la-casa-blanca-de-enrique-pena-nieto/>

En este sentido, la lucha simbólica del escándalo de la casa blanca, el TAV, el jardín y la casa de Luis Videgaray se plasmó en los medios. Las declaraciones del presidente y el video de Angélica Rivera que explica el origen de la casa, las explicaciones del vocero del presidente sobre los escándalos del sexenio, los comunicados de prensa, las cartas enviadas a medios por parte del secretario de Hacienda sobre sus compras inmobiliarias, y los diversos anuncios sobre el tren fueron los intentos del gobierno para convencer a la opinión pública de su versión de los hechos.

c) Del otro lado, los medios de comunicación, los periodistas, otros actores políticos y la audiencia fueron participantes cuasi directos en el escándalo, lo que hizo de este un acontecimiento mediático e histórico. Sin la participación de una audiencia no hay espectáculo. Si la ciudadanía no se interesa por una transgresión publicada, tampoco hay escándalo. Esto es a lo que en parte se refiere Thompson (2001) con la capacidad moral vinculante.

El proceso para que una transgresión se convierta en escándalo no siempre es el mismo, pero sí hay factores que ayudan a saber qué probablemente sí sería un escándalo mediático. Del lado de los no participantes, como los llama Thompson (2001), la situación es más sencilla porque ellos evalúan y elaboran conjeturas sobre lo supuestamente sucedido. Y serán convencidos por quien cuente mejor la historia.

Esto no quiere decir que los otros actores políticos y la ciudadanía solo esperen a ser convencidos, al contrario, este proceso de discusión pública es muy complejo e involucra distintos canales de comunicación. En el caso de los medios de comunicación, algunos de ellos dieron seguimiento constante a estos casos en medio de un clima de desconfianza muy particular hacia el presidente.

En ese sentido los medios impresos (diarios), no exclusivamente, hicieron suyo el caso. Así, se cumplió con un objetivo del periodismo: denunciar públicamente lo que consideró una transgresión a las leyes y a las normas morales que son parte de una sociedad. En cifras, se contabilizaron 108 notas en las primeras planas de nueve periódicos semanales de alcance nacional, a lo largo de cuatro meses (noviembre-febrero). Una cifra que no es menor tomando en cuenta el contexto de 2014.

Una vez que el subproceso de alegaciones mediáticas terminó, el escándalo debió llegar a su fase de culminación (Thompson, 2001). Este punto del proceso marca el final del

escándalo, ya sea porque las acusaciones y las pruebas fueron innegables, la estrategia de control logró contener el avance del escándalo y convencer a la opinión pública, o bien los responsables decidieron aceptar su responsabilidad, por mencionar algunas causas.

En ese sentido, cualquier razón por la que un escándalo termine conlleva a un paulatino desinterés público y mediático del caso. Aunque en la literatura no hay un ideal o tiempo promedio para la duración de un escándalo, es claro que debe durar lo menos posible en la arena mediática. Entre mayor exposición pública tenga una transgresión revelada, mayor será la posibilidad de que genere un impacto en la opinión pública.

Si un escándalo político dura más de tres meses en las portadas de los diarios, como nota en los noticieros de radio o televisión, o como *trending* en las redes sociales, hay dos cosas claras: a) La estrategia de comunicación de crisis (de existir) no está funcionando b) el escándalo trascenderá en la historia reciente de una sociedad.

En el caso de la casa blanca, el jardín y la casa de Luis Videgaray, y el TAV México-Querétaro (un escándalo tripartito), la conversación pública se mantuvo encendida por lo menos un semestre completo, lo que denota un manejo muy deficiente de la crisis. Casi un año después el titular de la Secretaría de Función Pública, Virgilio Andrade, presentó los resultados de la investigación por el supuesto conflicto de interés entre el presidente, la primera dama, el secretario de Estado y grupo Higa<sup>93</sup>.

El resultado al que arribó el secretario fue que no había conflicto de interés y todo fue conforme a derecho<sup>94</sup>. Huelga decir que esto sólo sirvió para reavivar el escándalo, acrecentar

---

<sup>93</sup> Para esta tarea de rendición de cuentas, la Secretaría de Función Pública habilitó dos micro sitios en internet con los resultados y expedientes de la investigación: “Resultados sobre la Investigación del Posible Conflicto de Interés” y “Expedientes - Investigación y Resolución sobre Conflicto de Interés”.

<sup>94</sup> Diversos columnistas señalaron los vicios de la investigación. Entre estas se puede recuperar aquellas que apuntaron a que el periodo de análisis se centró casi exclusivamente a partir de que Peña Nieto y Luis Videgaray comenzaron a ser funcionarios públicos federales, el mismo que aplicó para Angélica Rivera. Aunque la investigación señala algunas fechas anteriores a que ambos fueran funcionarios públicos, éstas solo sirvieron para justificar que no hubo ilegalidad alguna. Esto implica que el secretario no tomó en cuenta la relación que existía con Grupo Higa desde que Peña fue gobernador del Estado de México. También se cuestionó la poca intención de analizar críticamente los hechos y solo apearse literalmente a la ley. Por ejemplo, Virgilio Andrade señaló que la amistad entre los involucrados no materializa el conflicto de interés; este mismo tampoco se comprueba porque no hubo instrucciones escritas ni nadie que declarara haber recibido orden alguna para “beneficiar” a alguna de las partes. Quizá el punto clave más fuerte fue el evidenciar que el conflicto de interés existía desde un punto político y estructural: por un lado, Andrade fue nombrado Secretario de Función Pública por el presidente, el mismo que le pidió investigar el caso en el que él, su esposa y un secretario de Estado estaban involucrados. Algunas de las críticas vertidas sobre el resultado de la investigación de la SFP se pueden leer en la nota del medio Aristegui Noticias (2015): “20 plumas escriben sobre la Casa Blanca y conflicto de interés”.

las dudas sobre la relación entre el gobierno y la constructora, y la indignación social. Este hecho puede considerarse como la fase de culminación (ver anexos 4, 5 y 6), ya que no hubo otros hechos posteriores relevantes sobre el caso. Salvo algunas notas periodísticas que retomaron los casos al final del sexenio como parte del recuento de la administración de EPN (Animal Político, 2018).

La fase de las consecuencias son los efectos generados por el escándalo. Es el momento en que los daños se hacen más evidentes y se comienzan los trabajos de reparación en cuanto a confianza y reputación, desde el lado simbólico. Otras consecuencias pueden ser las dimisiones, los procesos legales, destituciones, revueltas sociales, cambios generales en el sistema social y político, pero también la “reflexión sobre los acontecimientos y sus implicaciones” (Thompson, 2001, p.110) por parte de especialistas, periodistas y políticos.

Después de que Virgilio Andrade diera a conocer los resultados de la investigación por el conflicto de interés, una consecuencia inmediata fueron las reacciones públicas (y mediáticas) de Enrique Peña Nieto y Luis Videgaray quienes, a pesar de no haber sido señalados de falta alguna por la SFP, pidieron perdón a la sociedad mexicana por la percepción negativa que sus compras pudieron generar<sup>95</sup>.

Para este escándalo tripartito existieron distintos foros y canales en los que se debatió cada uno de los elementos que lo integró. En la web es posible encontrar una gran cantidad de videos, columnas y entradas sobre la casa blanca, el Tren México-Querétaro, y el jardín y la casa de Luis Videgaray, lo que de forma general muestra el nivel de debate público (registrado) de estos sucesos.

Pero la discusión pública registrada no es la única consecuencia: por el lado de Videgaray hubo una investigación legal sobre sus propiedades, mayor indagación periodística, y una afectación a su imagen pública que no es medida por esta investigación, pero sí percibida a través de las primeras planas de los periódicos.

En el caso del tren los efectos fueron más evidentes: el primer fallo emitido por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes fue revocado por el gobierno de Peña Nieto ante las dudas sobre el resultado de la licitación. El gobierno prometió rehacer todo el proceso en un contexto de mayor transparencia y certidumbre, sin embargo, en poco tiempo desistió del

---

<sup>95</sup> Sobre este punto puede leerse la nota de Forbes (2016), y los tweets de Enrique Peña Nieto (@PresidenciaMX) <https://twitter.com/PresidenciaMX/status/755106521919451136> y Luis Videgaray (@LVidegaray) <https://twitter.com/LVidegaray/status/634900358343430144/photo/1>

proyecto alegando reajustes presupuestales. Mientras que el gobierno mexicano terminó por pagar a la empresa *China Railway Construction Corporation* 600 millones de dólares como indemnización por cancelar el TAV. (Barragán, 2017)

Finalmente, la casa blanca se convirtió en el primer escándalo político-financiero relacionado directamente con el presidente. Posteriormente, a nivel Latinoamérica, el escándalo de Oderbrecht volvió a poner énfasis en la transparencia y corrupción del gobierno mexicano. Mientras tanto, este suceso debió obligar al presidente y a su equipo a redoblar esfuerzos para manejar la crisis de confianza y reputación.

Por su parte, Angélica Rivera canceló el contrato de compra-venta de la casa con la filial de Grupo Higa, mientras que la empresa tuvo que desistir en participar en más proyectos públicos del país. Lo que sucedió después de noviembre de 2014 solo profundizó las consecuencias de lo que comenzó con Tlatlaya y Ayotzinapa. La confianza y reputación de Peña Nieto descendieron hasta tocar los niveles más bajos históricamente.

#### ***4.3.2 Las consecuencias del escándalo (tripartito) y la aprobación presidencial***

Si bien la corrupción no es un fenómeno nuevo en México ni el tema central de este trabajo, sí es un problema para el país. De acuerdo con datos de International Transparency (1995-2020), la percepción sobre la corrupción en México ha aumentado con el paso del tiempo. En la primer medición realizada por ellos, 1995, México obtuvo 3.18 puntos de 10 posibles; diez años después (2005) sumó 3.5; diez más tarde (2015), 31 de 100; para 2018 bajó a 28.<sup>96</sup>

Cuando Enrique Peña Nieto llegó a la presidencia, su capacidad negociadora le permitió empezar su proceso de reformas estructurales sin tantas dificultades en la esfera política. Pero una vez que el período de la “luna de miel” terminó, los problemas de fondo y coyuntura comenzaron a cobrarle factura. Tras Tlatlaya y Ayotzinapa, el escándalo de la casa blanca y el presumible conflicto de interés reabrieron el debate que el presidente dejó inconcluso: la reforma anticorrupción del país.

---

<sup>96</sup> Cabe señalar que desde 1995 a 2020 la cantidad de países evaluados en el Índice de Percepción de la Corrupción ha aumentado, por lo que el lugar obtenido por México en este período guarda una relación con esta variable. De igual manera, a partir de 2012 las mediciones pasaron de una escala de 0 a 10 a una de 0 a 100.

Una de sus promesas fue crear la comisión anticorrupción como estrategia para erradicar dicho problema. Esta propuesta pretendió desaparecer a la Secretaría de Función Pública y repartir las funciones de contraloría a cada secretaría, órgano e institución pública (Cámara de Diputados, 2013; Expansión, 2013; ETHOS, 2017)<sup>97</sup>. Sin embargo, la comisión nunca se conformó, el proyecto quedó congelado, y la SFP no tuvo titular hasta febrero de 2015, cuando en medio de una crisis Peña Nieto designó a Virgilio Andrade como secretario de Estado, olvidando el proceso de desaparición de la misma.

A partir de lo anterior se comprende que una de las áreas más débiles de la administración del presidente fue la transparencia y la rendición de cuentas. En las democracias actuales éstas representan un eje muy importante debido a que la ciudadanía realiza un escrutinio constante sobre las acciones del gobierno y la justificación de éstas.

Con la presencia de un escándalo político, la confianza y la reputación de los involucrados se pone en peligro. Entre las consecuencias más graves está el perder poder simbólico en la esfera política, lo que implica tener una baja capacidad para conseguir el apoyo de la ciudadanía, cuya máxima expresión es el sufragio.

Como se vio en los capítulos anteriores, este poder simbólico es igual de importante que los de otro tipo, al menos en las democracias, pues con él es posible acceder al poder político de un Estado. Para ello, es vital que quienes se dediquen a la política conserven los dos recursos más importantes del poder simbólico: la reputación y la confianza.

Los escándalos políticos no necesariamente destruyen la reputación o socavan la confianza, pero sí tienen la capacidad de hacerlo. Y si los escándalos poseen una gran significación en la esfera política, se debe justamente a esa capacidad, a ese potencial perjuicio que afecta a la reputación y a esa posibilidad de que resulten erosionadas las relaciones de confianza. Thompson (2001, p.338-339).

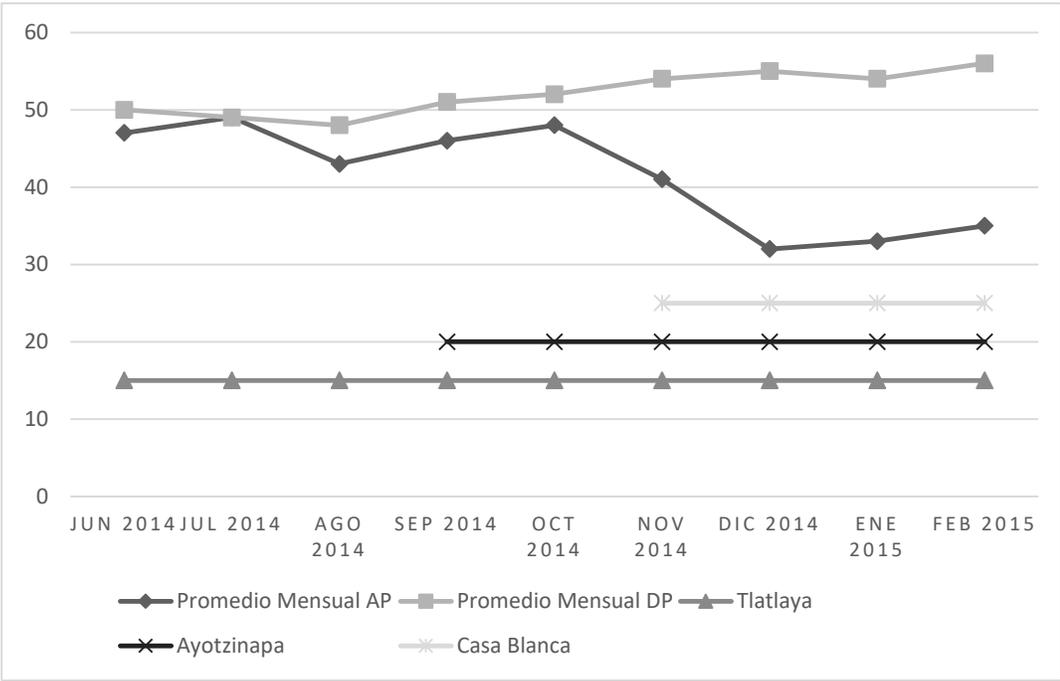
Las repercusiones son más visibles y, probablemente, más graves cuando los principales involucrados ocupan cargos públicos relevantes. Un presidente es el mejor ejemplo. En noviembre de 2014, la confianza y la reputación del presidente, expresada en la aprobación presidencial, no pasó por sus mejores momentos, de hecho, se vio en caída libre

---

<sup>97</sup> Esto hizo través de una reforma a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, que se publicó el 02 de enero de 2013.

por el caso Tlatlaya y, principalmente, por la desaparición de los 43 estudiantes de Ayotzinapa. Pero se hizo más evidente después del escándalo de la casa blanca.

**Gráfica 2**  
**Aprobación Presidencial y hechos relevantes de 2014**



**Fuente: Elaboración propia con datos de Oráculus.mx**

Como se observa en la gráfica 2, desde julio de 2014 el nivel de aprobación presidencial (AP) estuvo a la baja con 49 puntos. A pesar de tener un ligero repunte en octubre del mismo año, en noviembre cayó en su AP a 41 puntos. Sin embargo, esta cifra bajó aún más en el siguiente mes a 32 puntos. Por el otro lado, la desaprobación presidencial (DP) registrada aumentó de 49 a 55 puntos en el mismo periodo, lo que dio un marcado contraste.

Estos datos reflejarían a primera vista el impacto del escándalo de la casa blanca a partir de noviembre de 2014, con un efecto duradero hasta febrero de 2015. Sin embargo, esta perspectiva obligaría a ver a dicho evento sin tomar en cuenta los efectos producidos por Tlatlaya y Ayotzinapa, lo cual no es posible.

Como se mencionó en el capítulo dos, uno de los mayores problemas de los estudios sobre aprobación presidencial reside principalmente en la poca investigación realizada y la

baja correlación de datos encontrada sobre el impacto de los escándalos en la percepción del trabajo del gobernante en turno (Bosch, Díaz y Riba, 1999).

Dentro de la literatura hay posibles explicaciones derivadas del componente estructural que estudia a la aprobación presidencial, como lo son la responsabilidad creciente y el desgaste del gobierno. La primera hace referencia a que conforme pasa el tiempo el gobierno es más responsable de todo lo que pasa en el país; la segunda implica que las promesas de campaña no se cumplieron. Ambas parecen ser opciones adecuadas para explicar este escándalo político, pero en la realidad son complejas de comprobar.

Sin embargo, hay algo que la literatura sobre escándalos políticos y aprobación presidencial sí ofrece: la convergencia en que un clima de desconfianza y un cúmulo de eventos negativos son elementos necesarios para provocar una afectación negativa a la aprobación presidencial. (Funk, 1996; Thompson, 2001; Shah *et al.*, 2002; Pérez-Liñán, 2007).

Otra forma más clara de observar este fenómeno es con *La Teoría social del escándalo*. Ésta considera que los escándalos son “luchas por la obtención del poder simbólico en las que están en juego la reputación y la confianza” (Thompson, 2001, p.338). Y cuando el principal involucrado “pierde” la lucha, las consecuencias se reflejan una merma en su imagen.

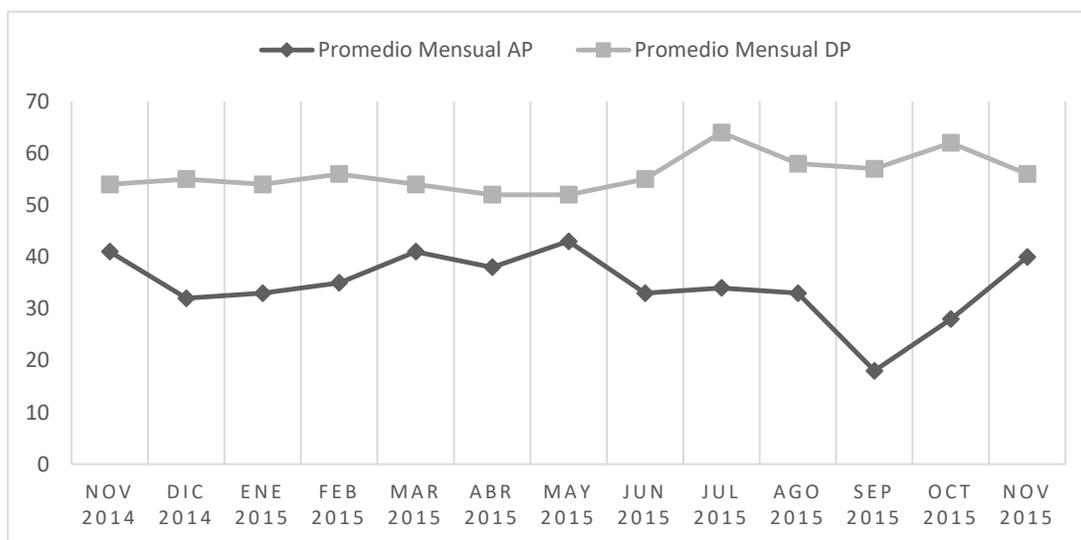
La confianza y la reputación son valores y recursos importantes en las democracias modernas y liberales. Por un lado, porque el contexto socio político le exige al político (a) crear y mantener una *buena* imagen en la esfera política y social frente a la ciudadanía, para obtener su apoyo, mientras que a esta última le obliga y le exige elegir a sus representantes con base en la imagen que cada candidato (a) muestra, con la posibilidad de equivocarse, es decir, la ciudadanía deposita su confianza.

Por otro lado, a la confianza y a la reputación se les comprende como recursos porque son necesarios para ejercer el poder simbólico, en los términos que Thompson (2001, p.140) propone: “el poder simbólico es la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos, influir en las acciones y creencias de otras personas...”. Es decir, son necesarios porque como enunciarios (as) frente a la sociedad necesitan construir redes de confianza y gozar de buena reputación con la audiencia (la ciudadanía) para que sus discursos y acciones sean más efectivos.

En este sentido, cuando el presidente pierde confianza y reputación también pierde poder simbólico, y por lo tanto las capacidades de influir e interferir en la vida política del país de manera efectiva. Por ello, cuando uno o varios escándalos políticos impactan en la sociedad, también lo hacen en la percepción que la ciudadanía construye continuamente sobre el quehacer del presidente. Esto se traduce en la pérdida de los valores antes mencionados.

En la siguiente gráfica se observa a detalle la aprobación presidencial de Peña Nieto durante el escándalo tripartito de la casa blanca y el clima de desconfianza producido por los casos anteriores. A partir de ahí es posible observar la lenta y casi constante disminución de su aprobación, por un lado, y la creciente desaprobación de su trabajo, por el otro, aunque de forma aislada.

**Gráfico 3**  
**Aprobación Presidencial EPN durante La Casa Blanca**



**Fuente: Elaboración propia con datos de Oráculus.mx**

Hay que resaltar varios sucesos en esta línea temporal: (a) en noviembre de 2014 la presidencia de la república realizó algunas acciones para explicar la casa blanca. En ese mismo mes se canceló la licitación del TAV para reponer el proceso; (b) en diciembre de ese mismo año se publicó la información sobre la casa de Luis Videgaray, y se dio a conocer que el gobierno mexicano indemnizó a la empresa china por cancelar el fallo del tren.

En enero de 2015 (c), en medio de la incertidumbre y alegando cambios presupuestales, se pospuso la licitación del tren México-Querétaro de forma indefinida. En

febrero del mismo año, Peña Nieto pidió al nuevo secretario de la Función Pública iniciar una investigación sobre el posible conflicto de interés que representaba las propiedades de él, su esposa, Luis Videgaray; d) en agosto de 2015 la SFP concluyó que no había con conflicto de intereses ni ningún otro delito o falta administrativa que perseguir.

Así, los niveles de aprobación del presidente (extraídos de una recopilación hecha por *Oráculus*) con base en encuestas son concordantes con otros datos, con los cuales se puede confirmar el clima de desconfianza y baja reputación que existía antes de la casa blanca, principalmente, y después del escándalo. Esto se observa en los siguientes gráficos realizados por el Latinobarómetro.

**Gráfico 4**  
**Aprobación de Gobierno**  
**Totales por país 2002-2016**

*P. ¿Usted aprueba o no aprueba la gestión del gobierno que encabeza el presidente (nombre)...? \*Aquí solo 'Aprueba'.*

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2013	2015	2016
Argentina	14	86	73	71	73	52	34	25	40	57	43	42	40
Bolivia	42	24	48	60	54	60	53	57	46	41	55	71	52
Brasil	34	62	53	47	62	58	79	84	86	67	56	29	22
Colombia	13	64	75	69	70	68	75	72	75	75	53	51	32
Costa Rica	52	37	50	32	56	55	45	75	53	48	22	36	30
Chile	50	54	64	66	67	55	59	85	55	28	29	49	28
Ecuador	30	27	20	24	23	74	66	59	58	64	73	50	40
El Salvador	35	48	57	58	48	54	51	83	71	63	66	37	33
Guatemala	12	15	36	44	45	28	46	52	47	43	47	38	56
Honduras	57	52	44	39	57	56	35		51	52	32	62	47
México	47	46	41	41	60	60	58	52	59	59	46	35	25
Nicaragua	84	32	30	32	23	54	32	37	58	50	60	60	69
Panamá	23	14	20	39	57	37	41	80	59	62	43	62	33
Paraguay	5	8	57	39	33	17	86	69	55	49	30	26	29
Perú	23	10	8	16	57	29	14	26	30	52	39	24	19
República Dominicana			21	62	61	46	50	47	45	36	74	82	76
Uruguay	30	16	12	72	63	61	61	74	75	63	61	72	43
Venezuela	51	35	43	65	65	61	48	45	47	49	47	30	20

**Fuente: Latinobarómetro 2016**

La aprobación del gobierno de Peña Nieto descendió 10 puntos en cada medición realizada por Latinobarómetro. En 2013, a meses de haber tomado posesión del cargo, la aprobación se ubicó en 46 puntos; dos años más tarde quedó en 35, y un año después en 25. Esto demuestra que la opinión pública no consideró que el mandatario tuviera una buena reputación, y que ya no se podía confiar ni en él ni en su gobierno.

A inicios del año 2015 el Latinobarómetro encuestó a la población mexicana sobre temas relacionados a la política y la economía.<sup>98</sup> De acuerdo con datos de este sitio, el 61.1% de los encuestados no aprobó la gestión del entonces presidente; mientras que solo 35% dijo aprobarlo<sup>99</sup>. Con respecto a la confianza en el gobierno mostraron un alto nivel de desconfianza (77.6%), y tan solo 21% de confianza<sup>100</sup> (Latinobarómetro, 2015).

Por otro lado, en relación con uno de los temas de fondo del escándalo tripartito de la casa blanca, es preciso revisar la medición de la opinión pública con respecto a la “Transparencia del gobierno” (Latinobarómetro 2015). La percepción positiva de ésta fue de 25.7 puntos porcentuales; mientras que la perspectiva negativa (poco o nada de transparencia) quedó en 71.6%. Lo cual es concordante con los datos antes expuestos.

Hasta este punto ha quedado evidenciado el clima de desconfianza que el gobierno de Enrique Peña Nieto enfrentó desde la primera mitad de su sexenio. Los casos de Tlatlaya y Ayotzinapa fueron el inicio de una serie de hechos que pusieron a prueba la capacidad de respuesta y confianza del gobierno priísta, ésta última es un recurso que cuesta mucho tiempo y esfuerzo reunir, pero puede reducirse cuando es mal utilizado o afectado por otros acontecimientos, como los escándalos. (Thompson, 2001)

En ese sentido, los escándalos y el manejo inadecuado de la comunicación gubernamental (y de crisis) pueden mermar los niveles de confianza y reputación del político (a) ante la ciudadanía. Así, el declive de la aprobación presidencial es una muestra, un termómetro imperfecto de cómo es percibido el presidente, en este caso.

Dentro de los procesos de percepción de las personas existen diferentes mediadores que, en mayor o menor medida, guiarán a cada individuo en su proceso reflexivo sobre lo que observa y experimenta. En las sociedades democráticas liberales actuales los principales guías en estos procesos son los medios de comunicación, quienes desde un deber para y con lo público investigan, informan y critican la realidad social. Pero no hay que olvidar que muchos de ellos también persiguen sus propios intereses y que no dejan de estar en una competencia continua en el mercado económico (Thompson, 2001; Guerrero, 2015).

---

<sup>98</sup> Desafortunadamente la encuesta de 2014 no se realizó (o no está disponible), pero de existir ésta probablemente no hubiera reflejado el clima de desconfianza generado a partir del segundo semestre de ese año, dado que los ejercicios demoscópicos se realizan a inicios de año.

<sup>99</sup> “Aprueba la gestión del gobierno encabezada por el Presidente”.

<sup>100</sup> “Confianza en el Gobierno”.

A partir de estas premisas, abordadas en los capítulos anteriores, es entonces el momento de revisar de qué manera puede observarse la participación de los medios de comunicación en los procesos de percepción de la ciudadanía, por un lado, y en el escándalo político tripartito la casa blanca.

Se revisaron las primeras planas de 9 periódicos a nivel nacional del 01 de noviembre de 2014 al 28 de febrero de 2015, con base en los catálogos nacionales de medios impresos e internet de 2014 y 2015 del Instituto Nacional Electoral (INE). De estos se seleccionaron solo los diarios con cobertura a nivel nacional, cuya circulación fuera diaria (lunes a domingo), que su contenido fuera general, y que siguieran vigentes bajo el mismo nombre y las condiciones antes expuestas en ambos años. De esa forma, se revisaron las primeras planas de los siguientes diarios: El Sol de México, El Universal, Reforma, Uno más uno, Milenio, Excélsior, La Jornada, La Crónica de hoy y La Prensa.

De las 1080 primeras planas solo se pudieron ubicar 1048, esto debido a que no todas se encuentran disponibles en internet, mientras que otras no fueron publicadas por los diarios. Por otro lado, se tomó la decisión metodológica de trabajar con tres categorías generales para ubicar la presencia de información (notas periodísticas). Éstas son: Tlatlaya (todo lo relacionado al caso del Estado de México), Ayotzinapa (todo lo relacionado a la desaparición de los 43 normalistas), y la Casa Blanca (como escándalo tripartito bajo las bases antes expuestas).

**Tabla 1**  
**Conteo mensual de presencia de los escándalos políticos de 2014**

Año	Mes	Notas periodísticas registradas		
		Casa Blanca (Tren MQ <sup>101</sup> + JLV <sup>102</sup> )	Ayotzinapa	Tlatlaya
2014	noviembre	47	174	16
2014	diciembre	19	119	11
2015	enero	21	110	19
2015	febrero	21	38	0
Total	595 de 1048	108	441	46
% con respecto al total		10.30%	42.08%	4.38%

**Fuente: Elaboración propia con base en la revisión de periódicos nacionales**

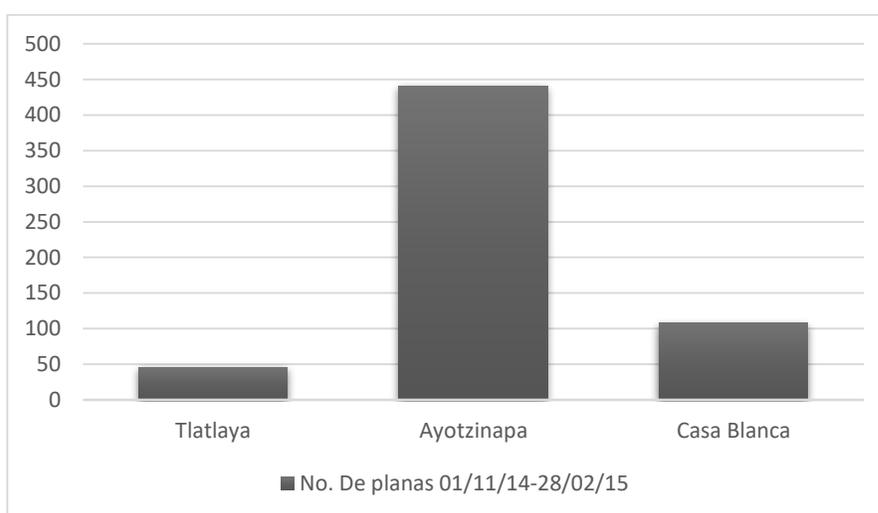
<sup>101</sup> Tren de Alta Velocidad México-Querétaro.

<sup>102</sup> Jardín (y casa) de Luis Videgaray.

Entre los hallazgos se destaca la cantidad de notas acumuladas del caso Ayotzinapa, el cual registró 441 notas en las primeras planas, a pesar de que los hechos sucedieron a finales de septiembre de 2014; la casa blanca alcanzó 108 notas a pesar de ser el caso más nuevo; finalmente, Tlatlaya solo contabilizó 46 notas. De forma gráfica los resultados acumulados se ven de la siguiente manera.

**Gráfico 5**

**Presencia en Primeras Planas de los principales escándalos políticos del 2014**



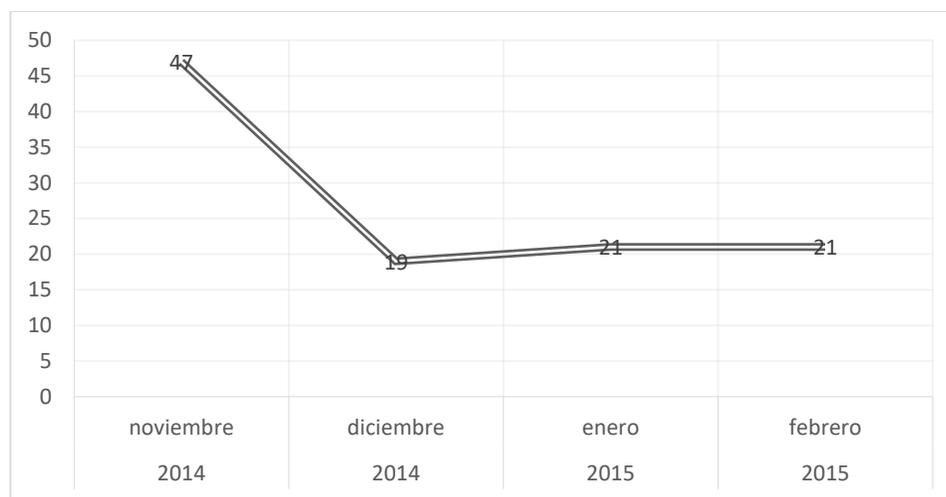
**Fuente: Elaboración propia con base en la revisión de periódicos nacionales.**

Si bien no se puede decir que el escándalo de la casa blanca no tuvo el impacto social y mediático de Ayotzinapa, lo que sí se puede decir es que la presencia del caso en los medios fue parte de la agenda política y de los medios durante varios meses. Lo que está en concordancia con parte de la hipótesis propuesta. Es decir, la cantidad de escándalos y tensiones previas a la casa blanca cimentaron un clima de desconfianza general, que entre otras cosas dificultó las tareas de recuperación de confianza y reputación desde y para el gobierno de Peña Nieto.

De las notas del escándalo tripartito de la casa blanca se observó que no hubo un mayor impacto mediático que el caso Ayotzinapa. Después del primer mes las notas en las portadas de los periódicos disminuyeron en más del 50%, lo cual es un indicador de la relevancia mediática del caso. A pesar de esta disminución en el interés mediático, en los

siguientes tres meses de análisis el número de notas se mantuvo en 20 por mes, sin contar las notas no contabilizadas que no aparecieron en las portadas, así como las notas en radio, televisión y redes sociales (Gráfico 6).

**Gráfico 6**  
**Presencia en primeras planas del escándalo *La Casa Blanca***



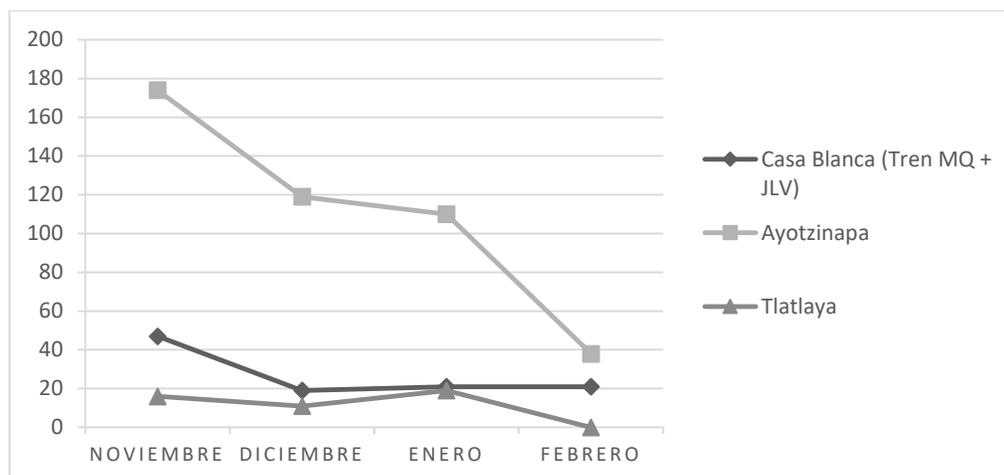
**Fuente: Elaboración propia con base en la revisión de periódicos nacionales.**

Finalmente, el gráfico 7 permite observar de forma temporal el incremento o decremento que cada hecho tuvo. En el caso de Tlatlaya, de noviembre 2014 a enero 2015, la cantidad de notas se mantuvo en cerca de 20, hasta tocar cero en febrero de ese año. Por el lado de Ayotzinapa las notas disminuyeron de forma constante desde noviembre de 2014 (174) a febrero de 2015 (38). Mientras que las primeras planas de la casa blanca disminuyeron después de su primer mes, para estabilizarse en 20 por mes. Algunas de las portadas pueden observarse en los anexos.

Estos tres hechos políticos son parte de los hitos que marcaron el sexenio de Peña Nieto, no solo por las implicaciones legales y sociales de cada caso, sino también por el alcance mediático que cada uno tuvo en su momento, a pesar de solo tener un mes y medio de separación entre sí. Es decir, son la serie de eventos que el gobierno no esperaba, pero cuyas consecuencias pudieron ser menos severas para la imagen del presidente y su gobierno.

**Gráfico 7**

**Primeras planas los principales hechos políticos del 2014**



**Fuente: Elaboración propia con base en la revisión de periódicos nacionales.**

Como menciona Thompson (2001), los escándalos políticos de gran envergadura no solo impactan en la confianza y la reputación de los involucrados, también lo hacen en las reglas de los sistemas políticos y legales. Es decir, se impulsan y consolidan cambios para evitar que las transgresiones se repitan. Uno de los grandes cambios o consecuencias *a posteriori* de la casa blanca es la creación del Sistema Nacional Anticorrupción.

Durante mayo del 2015 el Congreso de la Unión aprobó una nueva reforma para el combate a la corrupción, a propuesta del Partido Acción Nacional (impulsada por una gran alianza de organismos de la sociedad civil). Con este proyecto la Secretaría de Función Pública no desapareció, y la comisión se convirtió en el Sistema Nacional Anticorrupción (SNA) para coordinar investigaciones y acciones en los tres niveles de gobierno, en conjunto con el Comité Coordinador del SNA y el Comité de Participación Ciudadana (Cámara de Diputados 2013; Expansión 2013, ETHOS 2017).

Otra consecuencia legal de la fue la iniciativa de ley “3 de 3”, impulsada por Transparencia Mexicana y el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), y respaldada por gran parte de la ciudadanía. Este proyecto le pedía a servidores públicos, líderes de partido y candidatos a cargos de elección popular la publicación tres documentos: declaración patrimonial, declaración de intereses, y comprobante de pago de impuestos, con el fin de aumentar la transparencia y rendición de cuentas en el sistema político. Pero esta

ley no logró ser publicada a nivel federal<sup>103</sup>, aunque algunos estados del país lograron hacerla obligatoria (Capital Digital, 2018; Pérez, 2020).

No es posible saber si la ley 3 de 3 o el SNA existieran de no haberse dado el escándalo tripartito de la casa blanca, ya que las consecuencias de Tlatlaya y Ayotzinapa se dieron en otros ámbitos. Incluso de manera aislada, el caso del tren México-Querétaro parece insuficiente para las consecuencias antes mencionadas. Así, aunque el registro periodístico sobre la casa blanca muestra un menor impacto mediático que los hechos políticos anteriores de ese mismo año, los cambios que este escándalo político financiero provocaron no fueron menores.

Pero también hubo una consecuencia en los medios de comunicación. Ésta se relacionó con quienes investigaron y revelaron las transgresiones de la casa blanca, pues el grupo de periodistas fue despedido por la empresa de comunicación para la que trabajaban. Carmen Aristegui y su equipo salieron de MVS Noticias, donde transmitían su programa radial, en marzo de 2015, tan solo cuatro meses después de la publicación del reportaje entre acusaciones por abuso de confianza por ligar a MVS con la plataforma *México Leaks* y las investigaciones periodísticas sobre el gobierno federal.

Nunca se confirmó si hubo una presión directa del presidente (o su equipo) para cesar a Carmen Aristegui, pero a decir de muchos periodistas, académicos expertos, de la ciudadanía y del mismo Ombudsman del medio, Gabriel Sosa Platas, se puede decir que “debido a la forma en que se desarrolló la disputa y considerando también la presentación de los lineamientos y la negativa a negociar por Vargas y su familia, ‘podría decirse que parece que hubo censura indirecta’” (Malkin, 2015).

#### ***4.3.3 Aciertos y desaciertos de la comunicación de crisis***

Los niveles de aprobación del presidente representan la percepción que la ciudadanía tuvo sobre su gestión, pero esa apreciación no mide específicamente “algo” en concreto, también le permite a la ciudadanía opinar sobre otros valores o cualidades del objeto, entre las cuales se encuentran la confianza y la reputación que el titular del ejecutivo proyecta con la comunicación gubernamental, pero también la encuadrada desde los medios.

---

<sup>103</sup> A pesar de lo anterior, Transparencia Mexicana en conjunto con otras organizaciones han seguido impulsando proyectos sobre transparencia y rendición de cuentas.

La comunicación de crisis, como se explicó anteriormente, busca ayudar a resolver los problemas que enfrenta una persona o institución a través de la comunicación. Claro está que la comunicación tiene campos de acción específicos en los cuales puede actuar y que en ella no recae la solución total de un caso. Esta función se vuelve más importante cuando existen problemas que merman la imagen de una institución y/o personal de un político.

Cuando de escándalos políticos se trata, el campo de la comunicación de crisis se expande hasta abarcar espacios de la comunicación gubernamental y política, pues inevitablemente las acciones de comunicación se dirigen a esta área en donde se desarrolla el escándalo.

La comunicación política moderna es inevitablemente mediática ya que es por los medios, pero también a través de ellos, que se dan las discusiones sobre lo público, sin que esto signifique un desplazamiento de las discusiones de copresencia. En la medida en que los medios de comunicación transforman la vida moderna pública y privada de los seres humanos, y estos también son transformados por los cambios tecnológicos y sociales, es posible comprender que las discusiones se dan dentro y fuera de la arena mediática, como lo menciona Thompson en *Los Media y la Modernidad* (1998).

Bajo este marco, las tareas de la comunicación de crisis de un escándalo no deben limitarse a explicar o responder (forma reactiva) a los escándalos políticos, sino que deben convencer a la opinión pública de: 1) las razones que él o la política tuvo para realizar o no las transgresiones; 2) sobre cómo sucedieron los hechos del escándalo, es decir, contar la versión de la historia que más convenga a los involucrados.

Ahora es momento de retomar algunos de los conceptos que Marín (2009) ofrece para explicar un poco más las acciones de comunicación desde la comunicación de crisis. De acuerdo a este autor, hay dos períodos que se deben tomar en cuenta para la gestión de crisis: el proactivo y el reactivo. El primero hace referencia a todos los procesos de vigilancia ante posibles situaciones de crisis, como los escándalos; además de acciones de la elaboración de planes y programas que deberán seguirse en situaciones de crisis.

Desde la perspectiva de Marín (2009) la etapa previa de toda crisis debe contar con un área encargada para manejar estas situaciones, además de contar con planes, estrategias, y manuales para ejecutar en casos de emergencia. No es posible saber si estos materiales existieron, pero se sabe que no existió un área específica, ya que el área de comunicación

gubernamental de Peña Nieto no tenía una estructura clara ni le daba la importancia necesaria a la gestión de los procesos de comunicación, de acuerdo con Meyenberg (2019). Este detalle repercute en no poder cumplir adecuadamente con la fase de (b) prevención del siguiente período.

El segundo período, reactivo, se dirige hacia las acciones que buscan controlar y resolver una situación de crisis, en este caso el escándalo político. Este, a su vez, tiene un ciclo de crisis compuesto por las siguientes fases: a) Alerta o presentación de indicios de un conflicto, b) prevención (se activan planes o protocolos para evitar la escalada), c) eclosión de la crisis (se activan los planes de control y gestión), y d) poscrisis (una vez terminada la crisis se aplican las acciones de superación de crisis). (Marín, 2009)

La primera fase (a) quedó explicada en el capítulo anterior, y en partes anteriores de este mismo, por lo que queda ahondar en las fases de eclosión y poscrisis, a fin de resaltar algunos detalles sobre el manejo de la comunicación de crisis de la casa blanca, en relación con las propiedades de Luis Videgaray, el tren México-Querétaro y grupo Higa.

En la fase de eclosión (c) las acciones fueron siempre reactivas hacia los tres componentes del escándalo. A inicios de noviembre de 2014 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes dio a conocer a los ganadores de la licitación Tren México-Querétaro, entre los cuales estaba una filial de Grupo Higa. En medio de discusión sobre la falta de competencia a causa de pocos participantes, la SCT canceló el fallo del proyecto y decidió reponerlo, aunque sin fecha clara.

En el caso específico de la casa, el vocero de la presidencia, Eduardo Sánchez, contestó al reportaje a través de un comunicado, mientras el presidente estaba de viaje. Para el 11 de noviembre de 2014, el vocero asistió al noticiero de televisión de Carlos Loret de Mola para hablar del caso Ayotzinapa, los viajes del presidente, el tren de alta velocidad y la casa blanca. El 15 de noviembre Peña Nieto regresó de viaje; y para evitar los cuestionamientos de la prensa, nuevamente Eduardo fue quien amplió la información sobre el tema.

Para el 18 de noviembre el presidente sí habló del tema en un evento en el que mostró su descontento con la situación porque lo consideró un ataque político. (La Silla Rota, 2014). Ese mismo día, la primera dama subió un video a internet para hacer precisiones sobre la

casa<sup>104</sup>. En el audiovisual de poco más de siete minutos, la actriz explica su versión sobre la casa<sup>105</sup>. Los dos temas principales de su mensaje se centraron en 1) esclarecer el proceso de compra de la casa y la fuente de los recursos. 2) Cerrar el proceso de discusión sobre la casa.

El video en cuestión tiene una preparación con la intención de convencer a la opinión pública de que la compra de la casa fue legal, más allá de solo hacer un ejercicio de rendición de cuentas. Pero hay al menos 4 elementos en los que el mensaje de la primera dama falló.

- 1) De acuerdo con su versión, Rivera recibió grandes pagos de la empresa Televisa y fue parte de campañas publicitarias de las que obtuvo ingresos, a partir de los cuales dijo contar con los ingresos necesarios para comprar la casa. Sin embargo, las cantidades mencionadas fueron cuestionadas por algunas celebridades de la empresa<sup>106</sup>.
- 2) Rivera minimizó el hecho de que conocía a Armando Hinojosa, dueño de grupo Higa. Para ella era una persona más, sin embargo, fue uno de los empresarios con más contratos de obra pública en México, algunos de estos durante la gestión de Peña Nieto en el Estado de México. Misma relación que funcionó en la campaña presidencial del PRI del año 2012.
- 3) Vender los derechos de la casa. Desde la perspectiva de Rivera, para evitar que la opinión pública y los medios *molestaran* a su familia, a ella y a su esposo (el presidente) decidió cancelar el contrato de compra-venta de la casa blanca<sup>107</sup>. Esta reacción fue parte de la estrategia para contener y finalizar el escándalo, aunque no funcionó. Además, no quedó claro el por qué si la compra de la casa fue legal, con dinero propio, y sin otro interés, la primera dama se deshizo de ella.
- 4) No era funcionaria pública. Si bien esto es cierto, Angélica Rivera argumentó que no tenía ninguna obligación de hacer pública su información privada, que en este caso era su patrimonio. Sin embargo, de acuerdo con la Ley Federal de

---

<sup>104</sup> En poco más de siete minutos la primera dama explica el origen y el futuro de la casa blanca en el video titulado *Angélica Rivera aclara adquisición de casas de Las Lomas* (El Universal, 2018)

<sup>105</sup>“Precisiones sobre la propiedad de Sierra Gorda 150 - Sra. Angélica Rivera de Peña”. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=tdJ06CLjxE>

<sup>106</sup>“Estrellas de Televisa reaccionan ante las declaraciones de Angélica Rivera sobre sus ganancias”. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=aSpBZK01IK0>

<sup>107</sup> En diciembre de 2014 la primera dama terminó por deshacerse de la *casa blanca* al cancelar el contrato de compra-venta (Notimex, 2016).

Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos<sup>108</sup>, al ser esposa de un funcionario público parte de su información privada (patrimonio) tenía que conocerse.

Así, la información fiscal, inmobiliaria o de cualquier otro tipo de Angélica debía ser parte de la declaración patrimonial de Enrique Peña Nieto. Sin embargo, esta información no apareció en las declaraciones de los años 2014, 2015 y 2016<sup>109</sup>, a pesar de que lo exige el art. 43<sup>110</sup> de la ley antes mencionada. No obstante, de acuerdo con las fracciones de XI y XII del artículo 8 de la misma ley, establecen una serie de restricciones para evitar el conflicto de interés, a saber:

XI.- Excusarse de intervenir, por motivo de su encargo, en cualquier forma en la atención, tramitación o resolución de asuntos en los que tenga interés personal, familiar o de negocios, incluyendo aquéllos de los que pueda resultar algún beneficio para él, su cónyuge o parientes consanguíneos o por afinidad hasta el cuarto grado, o parientes civiles, o para terceros con los que tenga relaciones profesionales, laborales o de negocios, o para socios o sociedades de las que el servidor público o las personas antes referidas formen o hayan formado parte. [..]

XII.- Abstenerse, durante el ejercicio de sus funciones, de solicitar, aceptar o recibir, por sí o por interpósita persona, dinero, bienes muebles o inmuebles mediante enajenación en precio notoriamente inferior al que tenga en el mercado ordinario, donaciones, servicios, empleos, cargos o comisiones para sí, o para las personas a que se refiere la fracción XI de este artículo, que procedan de cualquier persona física o moral cuyas actividades profesionales, comerciales o industriales se encuentren directamente vinculadas, reguladas o supervisadas por el servidor público de que se trate en el desempeño de su empleo, cargo o comisión y que implique intereses en conflicto. Esta prevención es aplicable hasta un año después de que se haya retirado del empleo, cargo o comisión. (Ley Federal de

---

<sup>108</sup> Esta ley fue abrogada a partir del 19-07-2017 por Decreto DOF 18-07-2016.

<sup>109</sup> Declaración Patrimonial de Enrique Peña Nieto. Disponible en <http://gobiernofacil.com/proyectos/declaracion-patrimonial-epn>

<sup>110</sup> “Las dependencias, entidades e instituciones públicas estarán obligadas a proporcionar a la Secretaría, la información fiscal, inmobiliaria o de cualquier otro tipo, relacionada con los servidores públicos, sus cónyuges, concubinas o concubinarios y dependientes económicos directos, con la finalidad de que la autoridad verifique la evolución del patrimonio de aquéllos.”

Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos, Art. 8, Fracciones XI y XII)

Todo lo anterior demuestra los puntos débiles del mensaje que, sumados a los puntos legales y políticos, no convencieron a la ciudadanía ni al resto de los políticos. Para muestra está el posicionamiento que realizó el centro de análisis e investigación Fundar (2014), en el cual urgió la necesidad de transparentar los detalles del caso.

Por su lado, Luis Videgaray intento salir de su parte del escándalo con una aclaración en un medio impreso. Si bien aclaró algunos detalles de la compra-venta de la casa y el jardín, no explicó a detalle su relación con Grupo Higa; mientras que algunos documentos probatorios de su versión no aparecieron en los registros públicos, y las fechas sobre el proceso de adquisición no fueron concordantes con la investigación periodística de Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán (2016).

En enero de 2015 la licitación del tren quedó suspendida de forma indefinida. El gobierno justificó la suspensión por la falta de recursos públicos. Para el 03 de febrero Peña Nieto designó a Virgilio Andrade como titular de la SFP, a quien le pidió investigar<sup>111</sup> el posible conflicto de interés entre el presidente, su esposa, Luis Videgaray y Grupo Higa, con lo cual se reconocieron dos cosas: el escándalo tripartito de la casa blanca no terminó con la explicación de Rivera, y evidenció el pendiente en el proyecto del presidente: la corrupción.

El 21 de agosto del 2015 el secretario de Función Pública dio a conocer que no hubo conflicto de interés entre los involucrados, que todo fue legal. Los resultados eran claros para el secretario, de 2012 a 2015 no había delito ni responsabilidad alguna<sup>112</sup>. Después de casi un año, el escándalo llegó a su fin con esta acción del gobierno, con ello indicó que no habría consecuencias para los involucrados, mientras optó por el olvido paulatino del tema.

Sin embargo, sí hubo otras consecuencias para los involucrados que provienen por el manejo inadecuado de la comunicación de crisis y de los problemas estructurales del gobierno, los cuales no pudo ni debió resolver el área de comunicación. Para entender lo

---

<sup>111</sup> La indagatoria se centró en los contratos entregados a dos empresas: Grupo Higa y Constructora Urbanizadora Ixtapan; así como en la compra de tres casas a las dos contratistas: la de Peña en Ixtapan, la del secretario de Hacienda, Luis Videgaray, en Malinalco; y la de Angélica Rivera en las Lomas de Chapultepec. (Proceso, 2015)

<sup>112</sup> El 18 de julio de 2016 sucedieron dos cosas relevantes: 1) se publicaron en el DOF las leyes secundarias que dieron vida al SNA, aunque esta vez sin la comisión anticorrupción. 2) Virgilio Andrade presentó su renuncia a la SFP con motivo de la nueva disposición legal sobre el SNA.

anterior, primero es necesario hacer un resumen, estos son los puntos débiles del manejo de la comunicación de crisis del presidente sobre el escándalo tripartito de la *casa blanca*, con base en Marín (2009:90-91):

(1) Gestión de crisis.

Casa Blanca y propiedades de Luis Videgaray.

No existió una reacción rápida a los casos y ambos se minimizaron como temas fuera del alcance del presidente; además, no se reunió toda la información posible sobre los hechos, esto queda claro en el video de la primera dama, pues menciona que el vocero no contó con la información necesaria para explicar el tema; mientras que la aclaración de Videgaray no concordó con la investigación del Wall Street Journal y de Lizárraga, Cabrera, Huerta y Barragán (2016).

En ese sentido, al no contar con la información necesaria y correcta, la premisa de “informar sobre lo que se conozca y esté contrastado, en el plazo más breve posible” (Marín, 2009, p.90) no se realizó de forma adecuada, por lo que se informó a los medios y a la sociedad con información incompleta y errónea.

Sobre el Tren de Alta Velocidad, se debe reconocer la prontitud con la que el gobierno y la SCT cancelaron el fallo de la licitación y anunciaron la reposición del proceso, justificando las razones. Sin embargo, la incertidumbre generada sobre la continuidad del proyecto no fue adecuada para las empresas interesadas y para la ciudadanía.

Por otro lado, no es posible saber si de manera privada o interna se estableció una agenda diaria para las relaciones con los medios y grupos de interés del escándalo tripartito de la casa blanca. Lo que sí se puede decir es que en todo el escándalo tripartito la comunicación de crisis fue escasa e intermitente, cuya mayor apuesta fue el olvido mediático del tema.

(2) Criterios a respetar en comunicación

El problema principal del manejo de la comunicación de crisis fue no cumplir la premisa de comunicar con credibilidad y transparencia (Marín, 2009). En un clima de desconfianza general hacia el gobierno, derivado de los problemas previos, las acciones de comunicación no encontraron público que aceptara la información proporcionada sobre los componentes del escándalo.

Sumado a esto, el gobierno y los involucrados se rehusaron a publicar la información necesaria para aclarar la situación de la compra de la casa de Angélica Rivera y las propiedades de Luis Videgaray.

Por el lado del tren, no quedó claro el por qué la SCT no extendió el plazo para obtener más propuestas, aun conociendo la intención de distintas empresas por hacerlo. En este sentido, el gobierno confirmó que el proceso de licitación no tuvo competencia y que la adjudicación directa no fue correcta.

Además, en palabras de la SCT, la cancelación y reposición de la licitación obedeció a “inquietudes que han surgido en la opinión pública, (...) [Y] con la finalidad de dar un tiempo más amplio y propiciar la posible participación de un mayor número de fabricantes de trenes, así como de fortalecer la absoluta claridad, legitimidad y transparencia”. (SCT, 2014)

Suponiendo, sin conceder, que el gobierno hubiese logrado la premisa anterior, este debió planificar las relaciones y los encuentros constantemente con los periodistas, y dar información puntual de los hechos. Lo cual no sucedió, como se relató anteriormente.

Un punto a favor de la comunicación de crisis fue el tratar de establecer un único mensaje institucional a través de un único portavoz autorizado (Marín, 2009). En el caso del tren México-Querétaro esto sí se logró porque el titular de la secretaría correspondiente así lo hizo. Sin embargo, con las propiedades inmobiliarias la situación fue distinta, ya que el primer enlace de comunicación fue el vocero de presidencia, y después los directamente involucrados.

Aquí la estrategia fue evitar la asociación del presidente con el posible conflicto de interés. Algo inevitable por la cercanía de este con la primera dama, el Secretario de Hacienda, y Grupo Higa. Además, esta estrategia no pudo evitar que la prensa hiciera cuestionamientos directos al presidente sobre el tema, lo cual resultó en que varias ocasiones este manifestara incomodidad y molestia.

Un último punto es la evaluación del impacto de la comunicación y su evolución durante la crisis, el seguimiento y análisis de los medios de comunicación que el gobierno debió hacer. Esta información debió ayudarles a cambiar o reforzar las estrategias de comunicación durante y después del escándalo para restaurar la imagen (confianza y

reputación del presidente), lo cual no parece haber sucedido dados los niveles aprobación presidencial antes mostrados.

Hay un punto más que llama la atención dentro de la comunicación de crisis. Para la presentación de los resultados de la investigación hecha por la SFP, se crearon dos micro sitios web que contienen toda la información recopilada y utilizada para el análisis deliberativo en cuestión. Esto en principio es un punto favor de la ciudadanía y del gobierno. Sin embargo, estos contienen una gran cantidad de documentos y un lenguaje especializado, lo que no favorece a la comprensibilidad de la información.<sup>113</sup>

#### **4.4 Más consecuencias y más problemas**

Bajo las explicaciones anteriores, el escándalo político de la casa blanca tuvo la posibilidad de ser controlado en su fase pre revelación mediática, para evitar un alto impacto. Ya en su ascenso como escándalo mediático, la estrategia de comunicación pudo lograr minimizar las consecuencias de la publicidad; finalmente, en la fase de recuperación faltaron acciones reforzadoras que consiguieran recuperar la confianza y reputación perdida.

Esto último bajo el entendido de que se apeló al olvido paulatino del caso en tres ocasiones: (1) una vez que la primera dama explicó en su video su versión de la casa blanca; (2) después de que el Wall Street Journal publicara las propiedades de Videgaray, que se detuviera indefinidamente el proyecto del tren, y de que el presidente ordenara al titular de SFP (propuesto por él) investigar el caso; (3) después de que el secretario de Función Pública concluyera que no hubo conflicto de interés.

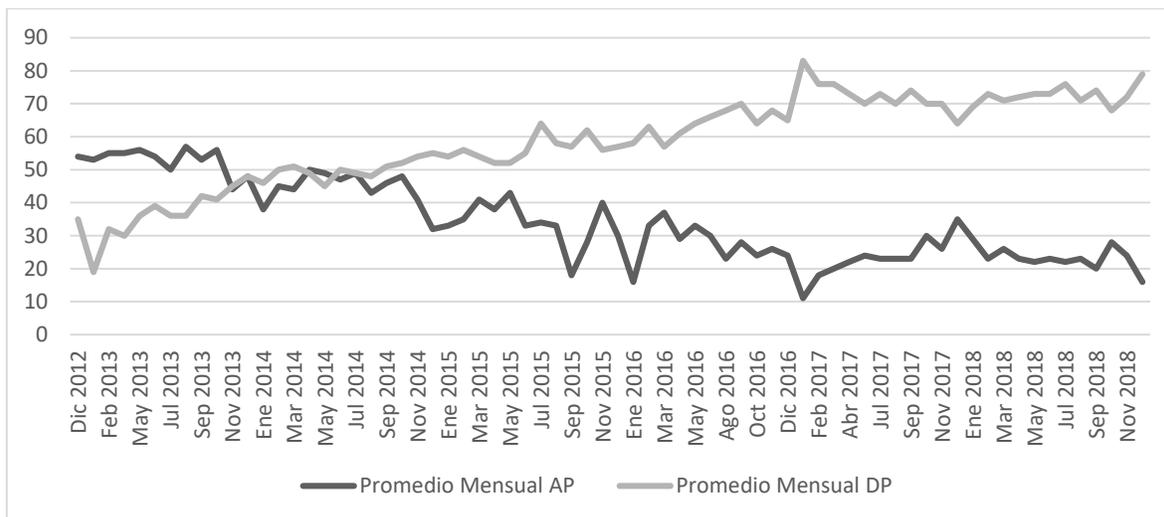
Ahora bien, de haber realizado una mejor respuesta institucional para afrontar los hechos y escándalos, el gobierno de Enrique Peña Nieto pudo minimizar los efectos negativos sobre su imagen (confianza y reputación), que en este caso se recolectaron a través de las encuestas de aprobación presidencial. Pero como esto no sucedió, bajo las razones antes expuestas, la percepción de la ciudadanía sobre el trabajo y la imagen del presidente continuaron a la baja, como se observa en la siguiente gráfica.

---

<sup>113</sup> Véase los micro sitios “Expedientes - Investigación y Resolución sobre Conflicto de Interés” (<https://www.gob.mx/sfp/documentos/expedientes-investigacion-y-resolucion-sobre-conflicto-de-interes>) y “Resultados sobre la Investigación del Posible Conflicto de Interés” (<https://www.gob.mx/sfp/prensa/resultados-sobre-la-investigacion-del-posible-conflicto-de-interes>)

**Gráfico 8**

**Aprobación presidencial de Enrique Peña Nieto 2012-2018**



**Fuente: Elaboración propia con datos de Oráculos**

**AP= Aprobación Presidencial DP= Desaprobación Presidencial**

Como se describió en las secciones anteriores, las mediciones sobre la aprobación presidencial de Enrique Peña Nieto son las más bajas en la historia de este tipo de encuesta (desde Salinas a Peña). Además, en el gráfico 8 se pueden observar dos cosas: 1) el cruce que se dio entre los datos de aprobación y desaprobación a partir de los últimos dos bimestres del 2014; 2) la casi inevitable separación entre las dos variables, las cuales no volvieron a coincidir, ni siquiera en las elecciones intermedia ni en las presidenciales de 2018, como lo intentaría explicar la teoría de ciclos.

Así, un conjunto de escándalos escalonados (Tlatlaya y Ayotzinapa), sin relación y de gran magnitud mediática ayudaron a generar un clima de desconfianza sobre el presidente. Este clima condicionó la respuesta de la ciudadanía respecto de cualquier movimiento que el gobierno hiciera, de tal suerte que las acciones de comunicación para explicar positivamente el escándalo político financiero (tripartito) de la casa blanca fueron insuficientes.

En un intento por mejorar la imagen del presidente y su gobierno, se lanzaron las campañas de propaganda con *slogans* como “Ya chole con tus quejas” y “lo bueno cuenta y cuenta mucho” (Meyenberg, 2019), las cuales fueron criticadas por ser un intento para que las personas olvidaron los errores cometidos y solo vieran el lado “bueno” del gobierno.

Por si fuera poco, otro de los mayores retos del gobierno fue lograr terminar su gestión con tan poco apoyo de la ciudadanía. Esto cobra sentido con la idea de que la política y los políticos perdieron credibilidad y no parecía que la recuperarían, de acuerdo al 56% de mexicanos encuestados para la Latinobarómetro del año 2016. Así, estos “errores” dificultaron las acciones políticas y económicas para el país que el gobierno de Peña Nieto contempló. Por ejemplo, una de las más difíciles de aplicar y explicar fue, probablemente, la relacionada con los precios de los hidrocarburos.

En la sección anterior, se mencionó la estrategia de canalización de responsabilidad que el gobierno utilizó para no afectar directamente al presidente, la cual no funcionó. Otra prueba sobre el error cometido fue evidente cuando el propio presidente admitió que el manejo de la comunicación de la casa blanca no fue la adecuada, y que por esta razón la credibilidad de su gobierno (y la propia) se vieron afectadas. Sin embargo, mantuvo la idea de que todos los procesos de compra venta estuvieron apegados a la ley.<sup>114</sup>

Varios años después quedó claro que este sexenio fue marcado por la violencia, el abuso de poder y los escándalos de corrupción. Desde antes de terminar la gestión de Peña Nieto, se reveló una de las redes de corrupción más grandes de Latinoamérica: el caso Oderbrecht. Este escándalo involucró nuevamente a personas allegadas al círculo político del presidente y a la empresa paraestatal Petróleos Mexicanos (PEMEX).

Entre los involucrados están Emilio Lozoya, ex director de PEMEX en el sexenio de EPN, y posiblemente Luis Videgaray y el propio presidente, de acuerdo con los avances en las investigaciones (Navarro, 2020). Por si fuera poco, en mayo de 2021 la Secretaría de Función Pública inhabilitó a Videgaray por 10 años para ocupar empleos, cargos o comisiones en el servicio público por a falta de veracidad en sus declaraciones patrimoniales cuando se desempeñó como secretario de Relaciones Exteriores y secretario de Hacienda y Crédito Público (El Universal, 2021).

---

<sup>114</sup> Video “La Casa Blanca” disponible en Youtube en <https://www.youtube.com/watch?v=V9m6RGUBCAg>

## **5. Apuntes sobre el escándalo político**

A lo largo de cuatro capítulos esta investigación hizo un recorrido teórico y analítico sobre el impacto de un escándalo político en los niveles de aprobación de un presidente. Como se dijo, el punto de partida es el fenómeno mediático de la casa blanca por ser el primer problema del sexenio que involucró de manera directa al presidente y a su esposa.

Sin embargo, también se ha dicho que para comprender la complejidad de este caso y sus posibles efectos en la aprobación presidencial de Peña Nieto fue necesario revisar dos vertientes relacionadas con la transgresión inicial: la licitación del Tren de Alta Velocidad (TAV) México-Querétaro y las propiedades inmobiliarias que Luis Videgaray Caso adquirió. Estas tres partes del escándalo se unieron gracias al papel que desarrolló el grupo empresarial Higa.

Antes de enunciar algunas conclusiones sobre la investigación es pertinente recuperar algunos puntos importantes desarrollados a lo largo de los cuatro capítulos anteriores. El primer capítulo abordó la variable independiente, el escándalo político, y algunos subtemas relacionados, comunicación de crisis y medios de comunicación.

Después de la segunda mitad del siglo XX las tecnologías de la información y la comunicación han sido parte de los factores que han propiciado el cambio del espacio público en donde se desarrollan las interacciones sociales, sin olvidar que estas mismas tecnologías son producto del ser humano y de las transformaciones que éstas han generado (Thompson, 1998).

Uno de los aspectos que sigue en un constante cambio son las maneras con las cuales los seres humanos se hacen de información con respecto a diversos temas, como lo son la vida diaria, la economía, la política o los asuntos relacionados con el gobierno. En esta tarea los medios de comunicación masiva tienen un papel importante dentro de cada sociedad, pero en todas ellas su rol debería ser iniciar debates públicos que deliberen sobre asuntos de interés público (Habermas, 2014; Thompson, 2001; Guerrero, 2015).

A lo largo de ese capítulo también se explicaron las características y el papel que juegan los escándalos políticos mediáticos en las sociedades democráticas, así como el por qué sólo en las democracias es posible encontrar oportunidades para que surjan los escándalos y se expongan públicamente con el fin de que la ciudadanía los discuta con mayor

o menor profundidad, pero la idea detrás de todo esto va más allá de generar morbo o discusiones intrascendentes para la sociedad.

Si bien no todos los escándalos tienen la capacidad para generar grandes discusiones y realizar cambios en un Estado, la mayor parte de ellos puede trascender a la opinión pública y convertirse en referente en la cultura popular del país, sobre todo cuando el tema es referente a la esfera política (Thompson, 2001). Tal vez el lector recuerde la caída del sistema electrónico de conteo de votos de 1988, el asesinato de Luis Donaldo Colosio, el intento de desafuero de Andrés Manuel López Obrador, los amigos de Fox, Pemexgate, la Estela de Luz o la Estafa Maestra, por mencionar algunos ejemplos.

El principal problema y característica de un escándalo es el nivel de publicidad que alcanza y, por ende, las impresiones que genera en los espectadores, quienes casualmente son ciudadanos y ciudadanas que evalúan el trabajo de sus gobernantes y los premian y castigan de diferentes formas.

Por ello, en la política surge la necesidad de controlar el escándalo mediático, pues las percepciones negativas generadas en la ciudadanía sobre algún actor político repercuten en la imagen (confianza y reputación) de la persona, el partido político y la institución a la que pertenece. Al intentar manejar un escándalo el objetivo principal es evitar afectar la confianza y la reputación de las personas involucradas, entendidos éstos como parte de los recursos (del poder simbólico) que necesitan para conseguir el apoyo de la ciudadanía, que en última instancia se traduce en el voto.

Algunas veces al intentar ocultar la transgresión inicial de un escándalo se cometen más transgresiones que pueden ser descubiertas, lo recomendable sería aceptar el error públicamente. No hay recetas para gestionar exitosamente un escándalo, pero hay quienes recomiendan realizar diversas estrategias que impliquen comunicar con claridad, aceptar y narrar los hechos, fortalecer la transparencia y el diálogo público (Thompson, 2001; Marín, 2009; Santana 2013).

En los escándalos políticos mediáticos los medios de comunicación buscan publicitar las diversas transgresiones que suceden en la esfera de la política, pero también es en y por estos que las transgresiones se convierten en escándalos mediáticos. Aunque, como se vio en los dos primeros capítulos, los medios tienen distintas razones para iniciar debates públicos

sobre ciertos acontecimientos, al menos desde la teoría la razón principal es denunciar las conductas inapropiadas de una sociedad.

En un sentido amplio, la función de los medios dentro de las democracias consiste en producir y divulgar información de calidad para ayudar a la ciudadanía a tomar decisiones que atañen tanto a la vida pública como a la vida privada de cada individuo. Desde este punto, las democracias necesitan de medios de comunicación e información plural al alcance de todos como condición básica del sistema socio político (Dahl, 1989; Thompson, 2001; Guerrero, 2015; Marván, 2020).

Finalmente, los medios también cumplen otras funciones, muchas veces más cercanas a la realidad y alejadas del deber ser. Entre ellas se encuentran: amplificar y dar voz a hechos; y ser parte de los factores que construyen la opinión pública (Bourdieu, 1992; Habermas, 2014). Tal vez los medios tengan o desarrollen más funciones, sin embargo, en el marco de este trabajo, éstas son suficientes para entender el desarrollo de los escándalos políticos mediáticos.

Ahora bien, como se mencionó en el capítulo dos, no hay democracia sin ciudadanía y sin las diversas manifestaciones de ésta sobre y en la esfera pública. Por éstas y otras razones, la opinión pública (OP) ha sido estudiada desde las ciencias sociales. En el caso particular de esta investigación reside en dos partes: en su papel en los escándalos y en la aprobación presidencial.

En el escándalo político la ciudadanía es quien juzga a las y los involucrados y quien, independientemente de las resoluciones legales y oficiales, decide creer o no lo percibido. Bien es cierto que la ciudadanía juzga la realidad a partir de los filtros individuales, pero también de los sociales, los cuales a menudo tienen que ver con la información que consumen. Por ello se presta atención al papel de los medios de comunicación.

Como se vio en el capítulo dos, la historia de la AP inició con la curiosidad de saber la perspectiva de los votantes sobre el trabajo realizado por un actor político, que generalmente es el presidente (a) de un Estado. Sin embargo, esa curiosidad pronto se convirtió en un genuino interés por estudiar y analizar cómo la ciudadanía percibe a sus gobernantes y que implicaciones tiene ésta para el sistema político. Algunas de esos efectos estudiados se relacionaron con la intención del voto, las manifestaciones, cambios en el

marco jurídico, y cambios culturales, por mencionar algunos (Thompson, 2001; Canel y Sanders, 2006; Jiménez, 1997; Arroyo, 1997).

En este sentido, para este trabajo la aprobación presidencial fue parte del marco analítico para entender las tareas de crítica y control del poder político que puede ejercer la opinión pública frente a los gobiernos, como diría Habermas (2014). De forma específica se analizó la relación entre la opinión pública y las consecuencias que los escándalos políticos mediáticos pueden ejercer sobre los gobiernos.

Como se explicó a lo largo del trabajo, con los hallazgos de Mueller (1970), Funk (1996), Bosch, Díaz y Ribas (1999), Nannestad y Paldam (1994), por mencionar algunos, sobre los escándalos y la aprobación presidencial, se observó que esta relación no ha sido investigada lo suficiente para establecer una correlación fuerte de causalidad entre estos. Sin embargo, gracias a estos y otros trabajos la presente investigación ahondó en esta relación.

Una de las partes más importantes de este trabajo ha sido el explicar la importancia del proceso de construcción de la opinión pública, los recursos utilizados, los actores que intervienen, y las consecuencias de la OP en las democracias. Aquí cabe recalcar dos aspectos sobre los primeros dos puntos.

(1) Desde la perspectiva de Thompson (2001), los involucrados en un escándalo deben luchar por ganar la batalla mediática contra actores políticos y los medios de comunicación, al mismo tiempo en que deben convencer a la ciudadanía (o por lo menos a los votantes) de que su versión de lo sucedido es lo que realmente pasó, y con ello evitar daños en su confianza y reputación.

En ese sentido, (2) quienes logran influir en la percepción de los otros a su favor lograrán al menos dos cosas: mantener su imagen en buen estado y que la opinión pública se exprese favorablemente sobre ellos. Tarea que no es sencilla, pues hay quienes con poca o mucha dificultad salen bien o mal librados de los escándalos políticos. A nivel internacional los ejemplos son vastos (Clinton, Nixon, Roussef, Alberto y Keiko Fujimori, Michel Temer), aunque en el caso mexicano también sobran ejemplos como los mencionados párrafos antes.

Otro punto importante de esta investigación fue el cruce el cruce entre los escándalos políticos y la aprobación presidencial, el cual reside en dos aspectos fundamentales para la política moderna: la confianza y la reputación. En buena medida las relaciones sociales se

basan en la capacidad entre individuos para cooperar entre sí y ayudarse en diversas tareas de la vida cotidiana, es decir, de la confianza mutua entre las personas.

Sin embargo, las personas necesitan signos, señales o indicios de que el otro con quien se está a punto de colaborar sea alguien digno de confianza. Para ello cada individuo se esfuerza más o menos en construir una proyección social que le permita ser calificado como alguien de confianza y buen actuar, es decir, que tenga una buena reputación. Claro está que hay todo un debate por demás filosófico sobre qué es lo bueno y lo malo, pero esa deliberación no corresponde a este trabajo.

Ahora bien, desde esta perspectiva los políticos necesitan gozar de niveles altos (o buenos) de confianza y reputación para lograr obtener el apoyo de otros actores dentro de la esfera política, pero sobre todo de la ciudadanía. Son estos dos recursos los que, en suma con factores técnicos de la comunicación, le permiten a un o una gobernante ejercer el poder simbólico en la sociedad. Este último permite orientar la percepción de los hechos hacia la dirección que más le convenga a alguien (Thompson, 2001). Sin embargo, este poder no actúa como una operación unidireccional del gobernante a los gobernados.

Cuando la confianza es muy baja para un gobierno, un político, o incluso para las instituciones, se está frente a un ambiente de desconfianza (Thompson, 2001; Funk, 1996; Pérez-Liñán, 2007). Este tipo de contextos pueden llevar a que la ciudadanía decida realizar reformas políticas, sociales o económicas para solucionar los problemas que percibe, pero también a impulsar procesos penales contra los políticos, como los *impeachment* o juicios políticos, así como realizar protestas sociales y cambios más radicales a la base de la organización política (Thompson, 2001; Pérez-Liñán, 2007).

Con respecto a los capítulos tres y cuatro, la investigación se centró en analizar y responder por qué y cómo el escándalo político (financiero) mediático impactó en la aprobación presidencial de Enrique Peña Nieto. Al hacerlo, los argumentos teóricos y las evidencias empíricas permitieron validar algunos argumentos de la hipótesis propuesta al inicio del trabajo, la cual es preciso recordar.

El escándalo político de la casa blanca tuvo de la posibilidad de ser contenido o controlado en su fase pre revelación mediática. Ya en su ascenso como escándalo mediático la estrategia de comunicación pudo minimizar las consecuencias de la publicidad; Sin embargo, al no realizar lo anterior, la fase de recuperación tuvo que hacer acciones

reforzadoras que consiguieran recuperar la confianza y reputación perdida, lo que no sucedió de forma efectiva.

Aún si se hubiese hecho lo anterior, la aprobación presidencial ya no se recuperó durante el resto del sexenio, ya que la cantidad de escándalos y problemas previos a la casa blanca comenzaron a minar la confianza en la persona del presidente. Esto afectó irremediablemente la percepción sobre el presidente, su gobierno y su partido.

Todo esto sucedió por diversos factores mencionados, entre los cuales destacan los problemas de coordinación y cambios en el área de comunicación del presidente, la falta o poca prioridad que recibió la comunicación de crisis, además de la poca importancia dada a los indicios periodísticos sobre la investigación de la casa blanca, aun cuando los mismos periodistas pusieron sobre aviso al equipo del presidente.

Cuando el escándalo se encontró en la arena mediática (noviembre 2014), las directrices de comunicación no fueron las adecuadas para lograr un adecuado manejo de crisis en el caso particular, de acuerdo con lo que se prescribe en estos casos. Las primeras acciones de comunicación las realizó el vocero del presidente, quien no estuvo involucrado ni contó con la información suficiente para explicar los hechos y fue incapaz de transmitir confianza y minimizar los hechos en la percepción pública.

El equipo del presidente entendió y visualizó el reto que significaba la casa blanca cuando ya era demasiado tarde. En lugar de asumir la responsabilidad su respuesta fue trasladar la responsabilidad de la compra-venta a la primera dama, exonerando al presidente. A pesar de utilizar recursos simbólicos no logró convencer a la opinión pública ni a los medios de su versión de los hechos. Además, no comprendieron que el escándalo de la casa expuso las debilidades del Estado y gobierno mexicano sobre la falta de transparencia y la corrupción.

La crítica periodística, académica y pública sobre la casa de la primera dama se ancló a los problemas de corrupción del país, en específico al conflicto de interés sobre la relación que Grupo Higa mantuvo con el presidente y su esposa. Más tarde el problema se hizo mayúsculo al agregar las propiedades que el Secretario de Hacienda compró con el mismo grupo empresarial, así como la licitación del Tren México-Querétaro que ganó una filial de Higa.

Así, el gobierno del presidente priísta reunió tres diferentes hechos en un solo momento que evidenciaron la corrupción y la impunidad en México. El resultado fue el escándalo político financiero mediático del sexenio. Como se mencionó en el capítulo XX, este escándalo tripartito se complicó porque los eventos de Tlatlaya y Ayotzinapa fueron muy cercanos en tiempo y en donde se cometieron errores graves de operación política y una pésima comunicación de parte de la presidencia.

Después de este hecho, en un grave error de cálculo, los responsables de manejar la comunicación social supusieron que la ciudadanía olvidaría el asunto en cuestión de días o semanas. Sin embargo, esto no sucedió así, pues el clima de desconfianza iniciado desde junio de 2014 se consolidó en noviembre del mismo año con el escándalo de la casa blanca. La repercusión fue directamente a la imagen del presidente y del gobierno, que en pocas palabras se refiere a una pérdida de la confianza y la reputación.

Esto se corroboró con la base de datos hecha por Oráculos. A partir de estos datos y de notas periodísticas se pudo observar que una de las principales caídas en la aprobación del presidente fue después del reportaje de la casa blanca. Pero hay que dar un paso atrás para comprender el marco contextual en el que se movía el presidente a nivel nacional.

De acuerdo con la misma base, la desaprobación del presidente tuvo una ascendencia continua desde que tomó posesión del cargo, lo cual encaja con algunas perspectivas teóricas revisadas. Si bien la aprobación negativa inicialmente no tuvo un ritmo preocupante de caída, en comparación con otros presidentes, sí la tuvo a inicios de 2014, en especial después del segundo semestre: una primera caída casi después de los hechos de Tlatlaya y una segunda después de Ayotzinapa.

Si bien estos datos en la aprobación presidencial no demuestran un efecto causal directo y único de la variable independiente sobre la variable dependiente, lo que sí muestran es que los niveles de confianza y reputación (aprobación) de Peña Nieto son los más bajos en la historia del país, comparado con los datos revisados para las presidencias de 1994 a 2018. Además, este contexto reflejado por la opinión pública cuantificada puso el énfasis a partir de 2014 en la corrupción, la inseguridad y la insatisfacción con el gobierno, al menos desde la percepción ciudadana.

Casi cuatro meses después, en febrero de 2015, Peña Nieto revivió las reformas en materia de corrupción prometidas en campaña. El impacto de la casa blanca fue tan grande

que Peña Nieto se vio obligado a “resucitar” a la Secretaría de Función Pública que había prometido desaparecer.

En este contexto EPN ordenó al nuevo Secretario de la Función Pública iniciar una investigación sobre los señalamientos realizados hacia él y Luis Videgaray. Ésta fue criticada desde un inicio por la poca autonomía política de Virgilio Andrade con respecto al presidente. Factor que influyó en el resultado de la misma: no hubo conflicto de interés. Situación previsible por quienes ya desconfiaban del presidente y el gobierno.

Otro objetivo de ésta investigación fue analizar los niveles de percepción sobre la aprobación presidencial de EPN. Estos fueron recolectados a partir de las encuestas de aprobación presidencial realizadas desde diciembre de 2012 hasta diciembre de 2018. Si bien no se revisó encuesta por encuesta, como ya se mencionó, los promedios de los resultados de todas las casas encuestadoras y medios de comunicación recopilados por Oráculus evitaron el sesgo de selección del autor sobre cada uno.

Con respecto al gobierno y el manejo del escándalo político la investigación recuperó las deficiencias estructurales del área de comunicación del presidente, señaladas por Meyenberg y Aguilar (2015), pero también identificó y analizó los principales errores de comunicación del gobierno con respecto a la casa blanca, el TAV y las propiedades de Luis Videgaray, que en conjunto incidieron de manera muy negativa en la imagen del presidente.

Otra parte sustantiva del trabajo revisó el papel de los medios de comunicación en el escándalo político, de acuerdo con Thompson (2001). Las evidencias de su participación se vieron reflejadas con distintas tareas: la primera fue que las notas periodísticas dieron cuenta de los hechos desde el inicio hasta el fin del escándalo; la segunda sobre la cantidad de notas (primeras planas) en los periódicos de circulación nacional que cubrieron el escándalo y su posicionamiento como un tema relevante en la agenda mediática.

La tercera perspectiva, y probablemente la más importante, es el papel del periodismo (de investigación) que publicó las transgresiones y las colocó en la esfera pública para iniciar su respectiva discusión; y en ese sentido, la cuarta, su rol dentro de la formación de la opinión pública.

## 5.1 Lecciones y aprendizajes

En resumen, el caso de Peña Nieto funcionó para explicar y entender el proceso de un escándalo político-financiero mediático y su relación con la aprobación presidencial. Aquí se puede concluir que hay dos puentes que interconectan a estos conceptos desde lo empírico y lo teórico, así como un eje transversal: por un lado, el papel de la opinión pública (aún con toda la complejidad que este concepto presenta) para criticar, evaluar y actuar frente a las transgresiones en la esfera política, siempre que éstas sean publicadas y la libertad de expresión esté garantizada.

El segundo puente es el valor que adquieren la confianza y la reputación en la política moderna, ya sea como recurso para ejercer el poder simbólico o como la base de las distintas relaciones de cooperación. El eje transversal es la percepción individual y colectiva, cuyo proceso proviene de lo que es representado en público por los medios de comunicación y por quienes se dedican a la política, y que finalmente impacta en las decisiones que la ciudadanía realiza.

Finalmente, este trabajo puede concluir que no es posible medir el impacto directo de un escándalo político-financiero mediático en la aprobación presidencial, como lo fue la casa blanca. Esto no se pudo realizar por dos razones la primera porque el modelo metodológico aquí desarrollado no tuvo las herramientas suficientes para hacerlo; la segunda responde a que hasta ahora las investigaciones relacionadas al área no han logrado encontrar un modelo de correlación significativa o fuerte entre escándalo político y aprobación presidencial.

Si bien el objetivo de este texto no fue responder si la casa blanca repercutió o no en la aprobación presidencial de Enrique Peña Nieto, sí buscó contestar cómo y por qué lo hizo, pero no desde un modelo estadístico-matemático. Esto supuso partir de que sí lo hizo dado los diversos registros periodísticos y académicos que señalan el hecho.

En ese sentido es posible entender algunas repercusiones del escándalo político para la vida democrática de un país como México. Primero, aunque no hay consenso sobre si la ciudadanía olvida pronto lo que hacen sus gobiernos, ésta siempre tiene la capacidad guardar ciertos hechos en la memoria colectiva para castigar o premiar a los políticos en las elecciones. En el caso de México, dos errores previos sobre seguridad y violación de derechos humanos, más un escándalo tripartito de corrupción propiciaron la deslegitimación irremediable del presidente.

Cuando el escándalo de la casa blanca comenzó a ser parte del debate público no sólo se trató en un problema más, sino de una situación que involucró directamente al presidente, a su esposa y un funcionario público de alto nivel en un conflicto de interés. Bajo un clima de desconfianza, los casos de corrupción pueden volverse más grandes de lo que son.

Por ello, es importante que el gobierno siempre esté preparado en dos ámbitos: en materia anticorrupción y en comunicación de crisis. Si bien el punto central de esta investigación no es la corrupción en el gobierno de Peña Nieto, es pertinente señalar la importancia y relación de ésta con el caso aquí estudiado. Sin importar si las compras de Angélica Rivera y Videgaray fueron o no un conflicto de interés.

Segundo, es pertinente y urgente que la política y los políticos comprendan la importancia de tener una estructura sólida para el ejercicio de la comunicación política democrática, y que dentro de ella exista un área dedicada a las crisis de comunicación. Pero estas acciones implican una postura ética de cómo gestionar la política y la comunicación.

En este sentido, el ejercicio de una comunicación de crisis o de escándalo políticos mediáticos debe velar e ir en concordancia con los principios que rigen a las democracias. Así, la comunicación pública y, principalmente, del gobierno debe alentar la transparencia, el respeto al estado de derecho, la rendición de cuentas y la pluralidad, que son elementos necesarios para incentivar y mejorar el debate de y sobre lo público. De esta manera no solo se mejora la democracia, sino también se construye un modelo de comunicación política democrática.

Tercero, es probable que a partir de este escándalo el presidente decidiera reanudar las políticas en materia anticorrupción, y que gracias al clima de desconfianza la sociedad civil y el Congreso de la Unión impulsaran lo que hoy es el Sistema Nacional Anticorrupción, y que además aún exista la Secretaría de Función Pública.

Cuarto, aunque parezca muy reiterativo, el cómo se hace y se dicen las cosas importa porque es parte del proceso de percepción entre el gobierno y la ciudadanía. Ésta última necesita evaluar constantemente a sus gobernantes y para ello necesita información que guíe su percepción sobre la realidad. Contar con información veraz y plural es en sí un derecho fundamental, con ella la ciudadanía puede lograr evaluar y decidir de forma más acertada para su comunidad.

Pero más allá de cómo es el proceso de construcción de la opinión pública, lo que interesó en este trabajo fue justo el análisis del resultado de la evaluación que las y los ciudadanos realizaron sobre las transgresiones mediatizadas (Thompson, 2001). Cuando estos manifiestan su juicio, y aun cuando no lo hacen, le hacen saber a los involucrados del escándalo si aceptan o rechazan los actos publicados.

Algunas de esas expresiones públicas son las marchas, mítines, posicionamientos públicos, organizaciones civiles, el voto como castigo o premio, y la verbalización directa<sup>115</sup> recogida por encuestas o sondeos o por vía de las redes sociales como medio de expresión. En la aprobación presidencial (AP) la opinión pública (verbalización directa) es sistematizada y cuantificada gracias a las técnicas de la estadística.

Quinto, desde una perspectiva positiva, contar con medios plurales y no dependientes del gobierno favorece a su labor de crítica y denuncia social. Con ello existen más posibilidades de conocer transgresiones realizadas en la esfera política como las de esta investigación, pero también como Odebrecht o la Estafa maestra. El papel de los medios es invaluable cuando se obtienen estos resultados.

Sexto, el escándalo político tiene la posibilidad de fortalecer las discusiones públicas, como dice Thompson (2001), y también puede ayudar a fortalecer las dimensiones de la democracia referidas a la rendición de cuentas y la representación política. La primera es más evidente si partimos del supuesto de que los escándalos obligan (mayormente) a las y los involucrados a explicar los motivos que los llevaron a realizar ciertas transgresiones, incluso si no las hicieron. Ello implica una especie de rendición de cuentas sobre un tema específico sin que la ciudadanía tenga que recurrir a un proceso reglamentado.

En cuanto a la representación política, esta puede beneficiarse a partir de que los escándalos políticos exponen públicamente a los infractores. Esto se traduce en información que las y los votantes pueden utilizar para decidir qué tipo de representantes no quieren en la vida pública. En ese sentido, el estigma social que menciona Arroyo (1997) pesa sobre el político.

Esto último debería preocuparle no solo a las y los involucrados del escándalo, pues la poca confianza y la baja reputación del político pueden afectar su propia capacidad y/o la

---

<sup>115</sup> Con esto busco referirme a las expresiones verbales escritas u orales que generalmente son la respuesta a preguntas hechas por centros de opinión pública o casas encuestadoras.

del partido para conseguir el apoyo de la ciudadanía, lo que entre otras cosas significa no obtener votos suficientes para acceder al poder político. Es decir, el impacto o las consecuencias de un escándalo van más allá del presente y el futuro inmediato, pueden dejar una huella a largo plazo para los partidos.

Si algún partido político aún no ha reflexionado sobre esto, aún está a tiempo para formar mejores candidatos, de lo contrario tendrá que acostumbrarse a las derrotas electorales, pues la percepción de la ciudadanía estará configurada bajo la desconfianza y la mala reputación.

En resumen, la democracia puede entenderse como las distintas relaciones de cooperación que se materializan en la elección periódica de personas, a través de métodos claros y reglamentados, para ejercer el poder del Estado y administrar los recursos públicos, cuya preferencia sobre otros individuos se realiza a través de procesos sociales deliberativos en los que se evalúan las características de cada posible gobernante, entre las que destacan la confianza y reputación que poseen y proyectan hacia quienes eligen.

En este sentido, la democracia moderna también es entendida como la política de la confianza, pues quienes eligen a sus gobernantes suelen hacer énfasis los recursos antes mencionados. Por ello, las y los políticos que reconocen el valor de estos dos conceptos se avocan en realizar procesos y estrategias de construcción de confianza, al mismo tiempo que tratan de evitar los de desconfianza, como los escándalos políticos.

Las relaciones basadas en la confianza permiten a las sociedades tener estabilidad sobre las acciones de la vida diaria, mientras que a los políticos les dan la certeza de que son respaldados y cuentan con el apoyo de la ciudadanía para tomar decisiones que les afectan a todos. En sentido contrario, al menos en las democracias, la desconfianza a quien gobierna le dificulta tomar cierto tipo de decisiones y realizar otro tipo de relaciones de cooperación en la esfera política.

Séptimo, como lo señala Thompson (2001) la capacidad que tienen los escándalos no solo es socavar la confianza y la reputación de los políticos, sino de crear o profundizar procesos de desconfianza que terminen por debilitar las estructuras democráticas de una sociedad, las cuales también se basan en la confianza y la reputación que proyectan hacia la ciudadanía.

Sin instituciones democráticas fuertes, desde una perspectiva sistémica de Dahl, el sistema político se abre en busca de nuevas opciones y se encuentra vulnerable a que actores no democráticos prometan soluciones para lograr acceder al poder político y desvirtuarlo. Para ello bastan ejemplos sobre líderes políticos autoritarios o populistas que aprovecharon las crisis políticas. Son historias de cómo mueren las democracias.

## **5.2 Rutas pendientes para el análisis de la aprobación presidencial y su relación con los escándalos políticos**

La presente investigación es resultado de un esfuerzo por aportar conocimiento al área de la comunicación política desde la opinión pública y parte de la ciencia política. Implicó revisar literatura básica sobre dos temas que en México no han sido estudiados a detalle: los escándalos políticos y la aprobación presidencial. Afortunadamente hay algunos textos que ya abordan estos temas y se encuentran en español, pero la gran mayoría siguen en idiomas anglófonos, por lo que esto sigue siendo un reto para quien se interese en el área.

Otro pendiente es aumentar los estudios sobre escándalos políticos y proponer, tal vez, algún modelo que nos permita comprender y observar de mejor manera el impacto de los escándalos políticos en la política, en la democracia y en la sociedad. También sería importante contar con una perspectiva conciliadora entre los análisis económicos y políticos sobre los escándalos, de tal forma que existan paisajes más integrales sobre lo que favorece o no a los escándalos mediáticos.

Una meta interesante sobre el sexenio de Peña Nieto sería tratar de explicar si hubo un efecto *rally around the flag*, la variable más fuerte desde la vertiente política de la aprobación presidencial, y cómo lo hicieron frente a un contexto de desconfianza como la mencionada. El punto de partida serían los sismos de 2017. Sin duda la cantidad de rutas pendientes son aún muchas y diversas. Cada una supone seguir dialogando entre la realidad y la teoría.

## Fuentes de Consulta

- 20 Minutos. (2015, 30 enero). El gobierno suspende de manera indefinida el proyecto del tren de alta velocidad a Querétaro. 20 minutos. [www.20minutos.com.mx/noticia/21903/0/hacienda-recorte-presupuesto/tren-alta-velocidad-mexico-queretaro/transpeninsular-merida/](http://www.20minutos.com.mx/noticia/21903/0/hacienda-recorte-presupuesto/tren-alta-velocidad-mexico-queretaro/transpeninsular-merida/)
- Aguilar, H. (2017, 4 octubre). El sismo político de México. *El País*. [https://elpais.com/internacional/2017/10/03/mexico/1507067734\\_636554.html](https://elpais.com/internacional/2017/10/03/mexico/1507067734_636554.html)
- Ainaga V. María del C. (2011). Algunas reflexiones sobre el problema de la legitimidad. En Manuel González y David Cienfuegos (coords.), *Cuestiones y reflexiones político-electorales*. (33-42). Chilpancingo: Chilpancingo, Guerrero : H. Congreso del Estado de Guerrero, LIX Legislatura : Universidad Autónoma de Guerrero ; Saltillo, Coah. : Congreso del Estado de Coahuila, LVIII Legislatura ; Durango, Dgo. : Tribunal Superior de Poder Judicial del Estado de Durango ; Torreón, Coah. : Editora Laguna.
- Animal Político. (2013, 17 enero). Presenta Peña Nieto su declaración patrimonial. *Animal Político*. <https://www.animalpolitico.com/2013/01/presenta-pena-nieto-su-declaracion-patrimonial/>
- Animal Político. (2014a, 29 octubre). Estos son los 10 compromisos del gobierno ante los padres de Ayotzinapa (documento). <https://www.animalpolitico.com/2014/10/estes-el-pliego-petitorio-de-los-padres-de-normalistas-para-pena-nieto-documento/>
- Animal Político. (2014b, 7 noviembre). Cronología del caso Ayotzinapa: Los 43 normalistas que aún no aparecen. *Animal Político*. <https://www.animalpolitico.com/2014/11/cronologia-del-caso-ayotzinapa-un-mes-de-la-desaparicion-de-43-estudiantes/>
- Animal Político. (2016, 20 junio). Los enfrentamientos en Nochixtlán, Oaxaca, narrados con fotografías y videos. *Animal político*. [www.animalpolitico.com/2016/06/los-enfrentamientos-en-nochixtlan-oaxaca-narrados-con-fotografias-y-videos/](http://www.animalpolitico.com/2016/06/los-enfrentamientos-en-nochixtlan-oaxaca-narrados-con-fotografias-y-videos/)
- Animal Político. (2018, 30 noviembre). Se va Peña Nieto, ¿cómo deja el país luego de seis años de gobierno?. *Animal político*. <https://www.animalpolitico.com/2018/11/pena-nieto-fin-termina-sexenio-presidencia/>
- Aristegui Noticias. (2015, 30 abril). Mancera culpó a Ebrard ante Los Pinos por la 'casa blanca': Ricardo Raphael. *Aristegui Noticias*.

<https://aristeguinoticias.com/3004/mexico/mancera-culpo-a-ebrard-ante-los-pinos-por-la-casa-blanca-ricardo-raphael/>

Aristegui Noticias. (2021, 17 junio). Niega Mancera haber involucrado a Ebrard en tema de la Casa Blanca de Peña Nieto. *Aristegui Noticias*.

<https://aristeguinoticias.com/1706/aristegui-en-vivo/enterate/niega-mancera-haber-involucrado-a-ebrard-en-tema-de-la-casa-blanca-de-pena-nieto-enterate/>

Armesto, A. (2017). Evaluation of Local Government Performance and Presidential Approval in Mexico. En *Frontera Norte* 29 (57), 155-176.

Arrieta, L., & Ramírez, D. (2016). La negociación política en el cambio institucional de la dinámica legislativa. A propósito del Pacto por México. *Estudios Políticos*, 39, 59–89. <https://doi.org/10.1016/j.espol.2016.10.005>

Arroyo M. (1997). Fábulas y fabuladores. El escándalo político como fenómeno de los medios de comunicación. En Francisco J. Laporta San Miguel y S. Álvarez Medina (coord.), *La corrupción política* (pp. 335-358). Madrid: Alianza Editorial.

Artículo 19. (2015, 19 abril). Masacre de Apatzingán #fueronlosfederales. *Artículo 19*. <https://articulo19.org/masacre-de-apatzingan-fueronlosfederales/>

Banxico Banco de México. (1954–2021). *Serie histórica diaria del tipo de cambio peso-dólar - (CF373)* [Conjunto de datos]. Banxico Sistema de Información Económica. <https://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?sector=6&accion=consultarCuadro&idCuadro=CF373&locale=es>

Barragán, S. (2017, 22 noviembre). China reclama a México 11 mil millones por cancelación del Tren México-Querétaro. *Aristegui Noticias*.

<https://aristeguinoticias.com/2211/mexico/china-reclama-a-mexico-11-mil-millones-por-cancelacion-del-tren-mexico-queretaro/>

Beltrán, U. (1 de marzo de 2015). *El Desacuerdo con los presidentes (1994-2015)*. En *Nexos*. [www.nexos.com.mx/?p=24307](http://www.nexos.com.mx/?p=24307)

Bernal, J. K. (2007). *El paradigma del presidencialismo en las relaciones y el equilibrio entre los poderes en el sistema político mexicano actual*. Serie Estudios Jurídicos No. 58. Ciudad de México: Facultad de Derecho- Universidad Nacional Autónoma de México. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/9/4167/2.pdf>

- Berumen, E. (2017). “La Precisión e incertidumbre en las encuestas electorales”. En Abundis, F., Becerra, L. *et al.* *La Precisión de las encuestas electorales. Un paradigma en movimiento (Volumen I)*, 67-81. México: INE. [www.ine.mx/wp-content/uploads/2019/04/la\\_precision\\_de\\_las\\_encuestas.pdf](http://www.ine.mx/wp-content/uploads/2019/04/la_precision_de_las_encuestas.pdf)
- Bobbio, N. (1986). *El futuro de la democracia*. Fondo de Cultura Económica.
- Boladeras C., M. (2001). La Opinión pública en Habermas. En *Análisi* (26):51-70. <http://www.bioeticanet.info/boladeras/oppubHab.pdf>
- Bourdieu, P. (2001). *Poder, derecho y clases sociales*. 2da Edición. Sevilla, España: Desclée de Brouwer.
- Bourdieu, P. (2004). Las Ciencias Sociales como objeto. En *Metapolítica* 8 (33), 22-25.
- Bosch, A. & Díaz, A. & Riba, C. (1999). Las funciones de popularidad: Estado de la cuestión y principales debates. En *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas* (85). 171-198. DOI:1.10.2307/40184103.
- Bourdieu, P. (1992). La Opinión pública no existe. *Debates en Sociología*. 301-31. Traducción de Guillermo Rochabrun. [https://sociologiac.net/biblio/Bourdieu\\_OPE.pdf](https://sociologiac.net/biblio/Bourdieu_OPE.pdf)
- Brody, R. (1991). *Assessing the President: The Media, Elite Opinion, and Public Support*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Buendía, J. y Márquez, J. (2019). *¿Por qué el Tsunami?* Nexos. <https://www.nexos.com.mx/?p=43082>
- Calvillo, A. (2017, 2 enero). México en 2016, año de marchas antigubernamentales y sociales. *HISPANTV*. <https://www.hispantv.com/noticias/mexico/329041/marchas-sociales-antigubernamental-protestas>
- Cámara de Diputados. (2015, marzo). De la comisión especial para revisar el proceso de licitación, emisión de fallo y su cancelación, para la construcción del tren México Querétaro (N.O 4234-i). [www.sct.gob.mx/fileadmin/direccionesgrales/dgtfm/proyectos\\_pasajeros/mex-gro/informe\\_mex-gro.pdf](http://www.sct.gob.mx/fileadmin/direccionesgrales/dgtfm/proyectos_pasajeros/mex-gro/informe_mex-gro.pdf)
- Canel, M. J. (1999). *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos.

- Canel, M. J. (2006). *Comunicación política: una guía para su estudio y práctica*. Editorial Tecnos.
- Canel, M. J., y Sanders, K. (2006). *Morality Tales: Political Scandals & Journalism in Britain & Spain in the 1990's*. Michigan, E.E.U.U.: Hampton Press.
- Canel, M. Y García M., A. (2013). Comunicar gobiernos fiables. Análisis de la confianza como valor intangible del Gobierno de España. En *Zer 18* (34), 29-48.
- Canel, M. y Sanders, K. (2005). El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia ícono. En *Análisi 32*, 163-178.
- Canel, M., y Sanders, K. (2013). Introduction: Mapping the field of government communication. En Karen Sanders y María José Canel (editoras). *Government Communication: Cases and challenges*, 1-26. New York: Bloomsbury Academic. Bloomsbury Collections. <http://dx.doi.org/10.5040/9781472544629.ch-001>
- Cantú, F. y Hoyo V. (2017). México 2016: El declive de la confianza institucional. En *Revista de Ciencia Política 37* (2), 493-517.
- Capital Digital. (2018, 19 junio). Qué es la Ley 3de3 y para qué sirve. *Capital*. <https://www.capitalmexico.com.mx/nacional/que-es-la-ley-3de3/>
- Carrasquilla, M. (2017, 20 febrero). *Normas APA 2017: Títulos y listas*. Scribbr. <https://www.scribbr.es/normas-apa/titulos-y-listas/>
- Carpizo, J. (1999). México: ¿Sistema presidencial o parlamentario?. Cuestiones Constitucionales *Revista Mexicana de Derecho Constitucional*, 1(1). doi:<http://dx.doi.org/10.22201/ijj.24484881e.1999.1.5563>
- Chica Escándalo. (2014, 21 noviembre). Estrellas de Televisa reaccionan ante las declaraciones de Angélica Rivera sobre sus ganancias. [Video]. *Youtube*. <https://www.youtube.com/watch?v=aSpBZK01IK0>
- CIDAC. (2014, 29 septiembre). Tlatlaya: ¿el “talón de Aquiles” de Peña en materia de seguridad? *México Evalúa*. <https://www.mexicoevalua.org/proyectojusticia/tlatlaya-el-talon-de-aquiles-de-pena-en-materia-de-seguridad/>
- CNN México. (2015, 11 agosto). 30 claves sobre la fuga del «Chapo» Guzmán a un mes de su escape. *CNN*. <https://cnnespanol.cnn.com/2015/08/11/30-claves-sobre-la-fuga-del-chapo-guzman-a-un-mes-de-su-escape/>

- Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH). (0000). Masacre en Nochixtlán, Oaxaca. *Comisión Nacional de los Derechos Humanos*. <https://www.cndh.org.mx/noticia/masacre-en-nochixtlan-oaxaca>
- Corona, L. (2018, 29 noviembre). La reforma de telecomunicaciones, la más exitosa del sexenio. *Expansión*. <https://expansion.mx/empresas/2018/11/29/la-reforma-de-telecomunicaciones-la-mas-exitosa-del-sexenio>
- Cosío, L. M. (1996). La crisis del presidencialismo mexicano. Recuperación espectacular y recaída estructural, 1982-1996. *Foro Internacional*, 36(1/2 (143/144)), 11–30. <http://www.jstor.org/stable/27738543>
- Dahl, R. (1989). *La poliarquía. Participación y oposición*. Madrid: Tecnos.
- Dahl, R. (1992). *La democracia y sus críticos*. Barcelona: Paidós.
- De los Reyes, I. (19 de julio de 2012). El desafío de probar la "imposición" de Peña Nieto. En *BBC News*. [www.bbc.com/mundo/noticias/2012/07/120718\\_mexico\\_elecciones\\_epn\\_amlo\\_pri\\_impugnacion\\_desafios\\_irm](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/07/120718_mexico_elecciones_epn_amlo_pri_impugnacion_desafios_irm)
- Del Águila, R. (2000). La política: el poder y la legitimidad. En Del Águila, Rafael (ed.), *Manual de Ciencia Política*. Segunda edición. Madrid: Trotta.
- EAAF Equipo Argentino de Antropología Forense. (2016). Dictamen sobre el basurero Cocula. <https://centroprodh.org.mx/wp-content/uploads/2017/12/Dictamen-Basurero-Cocula-pdf.pdf>
- Eco, U. (2004). *Cómo se hace una tesis : técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Gedisa Mexicana.
- El Financiero. (2014, 03 noviembre). “Chinos ganan construcción del tren México-Querétaro”. *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/chinos-ganan-construccion-del-tren-mexico-queretaro/>
- El Financiero. (2018, 26 diciembre). Sexenio de Enrique Peña Nieto finalizó con una tasa de desempleo de 3.3%. *El Financiero*. [www.elfinanciero.com.mx/monterrey/sexenio-de-enrique-pena-nieto-finalizo-con-una-tasa-de-desempleo-de-3-3](http://www.elfinanciero.com.mx/monterrey/sexenio-de-enrique-pena-nieto-finalizo-con-una-tasa-de-desempleo-de-3-3)
- El Mundo. (03 de julio de 2012). Las protestas contra Peña Nieto despiertan los temores de caos de 2006. En *El Mundo*. [www.elmundo.es/america/2012/07/03/mexico/1341322347.html](http://www.elmundo.es/america/2012/07/03/mexico/1341322347.html)

- El Universal. (2018, 16 noviembre). Angélica Rivera aclara adquisición de casas de Las Lomas. [Vídeo]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=qfq7-vKyjAY>
- El Universal. (2021, 08 junio). Secretaría de la Función Pública inhabilita por 10 años a Luis Videgaray. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/secretaria-de-la-funcion-publica-inhabilita-por-10-anos-luis-videgaray?fbclid=IwAR3qxf8jTZGJRZbAzLvp61YRAIg0BcCFvwOHOPNaJi0GBNTlj4RQewCRK6k>
- Espíndola M. J. (2004). *El Hombre que lo podía todo, todo, todo*. Ciudad de México: El Colegio de México. 228 Pp.
- Excélsior. (2014, 8 noviembre). Peña nieto inicia mañana viaje a Australia y China. *Excélsior*. [www.excelsior.com.mx/nacional/2014/11/08/991327](http://www.excelsior.com.mx/nacional/2014/11/08/991327)
- Expansión. (2014, 12 diciembre). 7 datos sobre grupo higa, la empresa de Hinojosa cantú. *Expansión*. [expansion.mx/negocios/2014/12/12/7-datos-sobre-grupo-higa-la-empresa-de-hinojosa-cantu](http://expansion.mx/negocios/2014/12/12/7-datos-sobre-grupo-higa-la-empresa-de-hinojosa-cantu)
- Ferri, P. (2020a, septiembre 25). Cuatro claves del ‘caso Ayotzinapa’ a seis años del ataque contra los 43. *El País Edición México: el periódico global*. <https://elpais.com/mexico/2020-09-25/cuatro-claves-del-caso-ayotzinapa-a-seis-anos-del-ataque-contra-los-43.html>
- Ferri, P. (2020b, octubre 23). La Fiscalía cierra el ‘caso Tlatlaya’ tras interrogar a un general presente en el lugar de las ejecuciones. *El País*. <https://elpais.com/mexico/2020-10-23/la-fiscalia-cierra-el-caso-tlatlaya-tras-interrogar-a-un-general-presente-en-el-lugar-de-las-ejecuciones.html>
- Fierro, J. (2020, 19 agosto). Peña Nieto reconoció que Grupo Higa lo ‘apoyó’ con la Casa Blanca: Lozoya. *Proceso*. <https://www.proceso.com.mx/nacional/2020/8/19/pena-nieto-reconocio-que-grupo-higa-lo-apoyo-con-la-casa-blanca-lozoya-247987.html>
- Forbes. (2014, 11 diciembre). Videgaray responde, niega conflicto de intereses. *Forbes*. <https://www.forbes.com.mx/videgaray-responde-niega-conflicto-de-intereses/>
- Franco, M. (2018, 26 septiembre). El caso Ayotzinapa: Cuatro años de dolor e incertidumbre. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2018/09/26/espanol/america-latina/ayotzinapa-estudiantes-43-mexico.html>

- Fuente, G. (2018, 26 febrero). La deuda se fue casi al doble en este sexenio; trabajamos para pagar sólo intereses: analistas. *Sin Embargo*. [www.sinembargo.mx/25-02-2018/3388496](http://www.sinembargo.mx/25-02-2018/3388496)
- Fundar. (2014). Posicionamiento de Fundar, Centro de Análisis e Investigación sobre la situación patrimonial del Presidente Enrique Peña Nieto. *Fundar Centro de análisis e investigación*. <https://fundar.org.mx/posicionamiento-de-fundar-centro-de-analisis-e-investigacion-sobre-la-situacion-patrimonial-del-presidente-enrique-pena-nieto/>
- Funk, C. (1996). The Impact of Scandal on Candidate Evaluations: An Experimental Test of the Role of Candidate Traits. *Political Behavior*, 18(1), 1-24. [www.jstor.org/stable/586509](http://www.jstor.org/stable/586509)
- García, A. (2020, 5 octubre). Reviven tren México-Querétaro cancelado en el gobierno de Peña. *Proceso*. [www.proceso.com.mx/nacional/2020/10/5/reviven-tren-mexico-queretaro-cancelado-en-el-gobierno-de-pena-250412.html](http://www.proceso.com.mx/nacional/2020/10/5/reviven-tren-mexico-queretaro-cancelado-en-el-gobierno-de-pena-250412.html)
- García, J. (2016, 24 octubre). La corrupción de los gobernadores sepulta las promesas de renovación del PRI. *El País*. [https://elpais.com/internacional/2016/10/23/mexico/1477192182\\_450253.html](https://elpais.com/internacional/2016/10/23/mexico/1477192182_450253.html)
- García, A. K., & Caballero, J. L. (2019, 25 agosto). 15 gráficos sobre la economía con AMLO y con Peña Nieto. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/economia/15-graficos-sobre-la-economia-con-AMLO-y-con-Pena-Nieto-20190825-0003.html>
- García, A. R. (2020, 5 octubre). Reviven Tren México-Querétaro cancelado en el gobierno de Peña. *Proceso*. <https://www.proceso.com.mx/nacional/2020/10/5/reviven-tren-mexico-queretaro-cancelado-en-el-gobierno-de-pena-250412.html>
- Gobierno Facil. (s. f.). Declaración Patrimonial de Enrique Peña Nieto. <http://gobiernofacil.com/proyectos/declaracion-patrimonial-e-pn>
- Gómez, R. (2012). Percepciones sobre el crimen y aprobación presidencial en México antes y después de la transición de 2000. *Sociológica (México)*, 27(75), 95-123. [www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-01732012000100004&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732012000100004&lng=es&tlng=es)
- Gómez-Vilchis, R. (2012). Democratic transition and presidential approval in Mexico. En *Mexican Studies/ Estudios Mexicanos* 28 (1), 43-71.

- Greene, K. (2015). *Encuestas de opinión pública en las campañas electorales a la Presidencia de la República 2012*. Ciudad de México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Guerrero, M. (2015). *Medios de Comunicación y la Función de Transparencia*, Cuadernos de Transparencia. Núm.11, IFAI, México.
- Habermas, J. (2012). *Mundo de la vida, política y religión*. Madrid: Trotta, 2015.
- Habermas, J. (2014). *Historia y crítica de la opinión pública*. España: Gustavo Gili.
- Hernández N., Luis. (2015). Ayotzinapa: entre el dolor y la esperanza. En *El Cotidiano* (189), 7-17.
- Hernández S., et al. (1998). *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill.
- Instituto Federal Electoral, IFE. (2012). *Cómputo final, calificación jurisdiccional de la elección, declaración de validez y de presidente electo de los estados unidos mexicanos*. [portalanterior.ine.mx/documentos/proceso\\_2011-2012/documentos/computo\\_final\\_calificacion\\_jurisdiccional.pdf](http://portalanterior.ine.mx/documentos/proceso_2011-2012/documentos/computo_final_calificacion_jurisdiccional.pdf)
- Instituto Federal Electoral, IFE. (2014). *Catálogo nacional de medios Impresos e internet 2014*. [https://portalanterior.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201401-24ac\\_01P04-01x01.pdf](https://portalanterior.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201401-24ac_01P04-01x01.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2006–2021). *Empleo y Ocupación* [Conjunto de datos]. <https://www.inegi.org.mx/temas/empleo/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2008–2021). *Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC)* [Conjunto de datos]. <https://www.inegi.org.mx/temas/inpc/>
- Instituto Nacional Electoral, INE. (1991–2016). *Siceef 2015 - Cámara de Diputados* [conjunto de datos]. Sistema de consulta de la estadística de las elecciones federales 2014-2015. [siceef.ine.mx/camdiputados.html?pc3%algina=1](http://siceef.ine.mx/camdiputados.html?pc3%algina=1)
- Instituto Nacional Electoral, INE. (2015). *Catálogo nacional de medios Impresos e internet 2015*. [https://portalanterior.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201504-27ac\\_01P05-01x01.pdf](https://portalanterior.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201504-27ac_01P05-01x01.pdf)
- Jiménez, F. (1997). Posibilidades y límites del escándalo político como una forma de control social. En Francisco J. Laporta San Miguel y S. Álvarez Medina (coord.), *La corrupción política*, (pp. 293-334). Madrid: Alianza Editorial.

- Józefowicz, A. (2019, enero). Balance de la economía mexicana en el sexenio de Enrique Peña Nieto. Observatoire politique de l'amérique latine et des caraïbes. Sciencespo. [www.sciencespo.fr/opalc/sites/sciencespo.fr.opalc/files/balance%20de%20la%20economia%20mexicana%20en%20e%20l%20sexenio%20de%20enrique%20pe%20c3%2091a%20nieto.pdf](http://www.sciencespo.fr/opalc/sites/sciencespo.fr.opalc/files/balance%20de%20la%20economia%20mexicana%20en%20e%20l%20sexenio%20de%20enrique%20pe%20c3%2091a%20nieto.pdf)
- La Silla Rota. (2014, 18 noviembre). "Mi esposa explicará sobre la casa": EPN. *La Silla Rota*. <https://lasillarota.com/nacion/mi-esposa-explicara-sobre-la-casa-epn/66229>
- Lanoue, D. (1989). The "Teflon Factor": Ronald Reagan & Comparative Presidential Popularity. *Polity*, 21(3), 481-501. doi:10.2307/3234744
- Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos (Ley Abrogada DOF 18-07-2016). (2002, marzo). [www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/abro/lfrasp/LFRASP\\_abro.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/abro/lfrasp/LFRASP_abro.pdf)
- López, R. (2020, 20 agosto). La «danza de cifras» de Lozoya: así se repartió el dinero para supuestos sobornos. *Milenio*. [www.milenio.com/politica/sobornos-emilio-lozoya-que-hizo-y-declaracion](http://www.milenio.com/politica/sobornos-emilio-lozoya-que-hizo-y-declaracion)
- López, S. (2014). *Elección presidencial de 2012: análisis de su impugnación*. México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Loret de Mola. (2014, 11 noviembre). Casa de Angélica Rivera en Lomas de Chapultepec [Vídeo]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=8VwGjc9QXso>
- MacKuen, M. (1983). Political Drama, Economic Conditions, and the Dynamics of Presidential Popularity. *American Journal of Political Science*, 27(2), 165-192. doi:10.2307/2111014
- Malkin, E. (2015, 27 marzo). En México, el despido de Carmen Aristegui somete a escrutinio la libertad de los medios. *The New York Times*. [www.nytimes.com/es/2015/03/27/espanol/en-mexico-el-despido-de-carmen-aristegui-somete-a-escrutinio-la-libertad-de-los-medios.html](http://www.nytimes.com/es/2015/03/27/espanol/en-mexico-el-despido-de-carmen-aristegui-somete-a-escrutinio-la-libertad-de-los-medios.html)
- Marín, F. (2009). *Comunicación de crisis*. Madrid: Lid Editorial.
- Martínez-Ferro, H. (2010). Legitimidad, dominación y derecho en la teoría sociológica del Estado de Weber. *Estudios Socio-Jurídicos*, 12(1), 405-427. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124-05792010000100018&lng=en&tlng=e](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-05792010000100018&lng=en&tlng=e)

- Marván, M. (2020). Tensión democrática entre la libertad de expresión y la equidad. En *Revista Mexicana de Sociología* 82, núm. 4 (octubre-diciembre): 807-833. Ciudad de México: UNAM-IIS.
- Mendoza, V. (2018, 1 diciembre). Seis gobernadores condenados a prisión durante el gobierno de Peña Nieto. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/seis-gobernadores-condenados-a-prision-durante-el-gobierno-de-pena-nieto/>
- Meyenberg, Y., & Aguilar, R. (2015). Capítulo 1. ¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación de los gobiernos? En *La comunicación presidencial en México* (pp. 17–39). Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Sociales.
- Milenio. (2016, 8 enero). Las tres capturas de «El Chapo». *Milenio*. <https://www.milenio.com/internacional/las-tres-capturas-de-el-chapo>
- Miroff, N. y Booth, W. (2 de julio de 2012). Peña Nieto is winner of mexican election. En *The Washington post*. [www.washingtonpost.com/world/the-americas/mexico-presidential-election-underway/2012/07/01/gjqayd96fw\\_story.html](http://www.washingtonpost.com/world/the-americas/mexico-presidential-election-underway/2012/07/01/gjqayd96fw_story.html)
- Mitofsky. (2020, 1 enero). Evaluación final de gobierno: Enrique Peña Nieto (2012-2018) [Diapositivas]. *Mitofsky*. <http://www.consulta.mx/index.php/encuestas-e-investigaciones/evaluacion-de-gobierno/item/1255-evaluacion-final-de-gobierno-enrique-pena-nieto-2012-2018>
- Morlino, L. (2014). Primera parte Marco teórico. En Morlino, L., *La calidad de las democracias en América Latina, Informe para IDEA Internacional*, 36-55. San José, Costa Rica: IDEA Internacional. Recuperado el 10 de octubre de 2020 de <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/la-calidad-de-las-democracias-en-america-latina.pdf>
- Mueller, J. (1970). Presidential Popularity from Truman to Johnson. *The American Political Science Review*, 64 (1), 18-34. doi:10.2307/1955610
- Najar, A. (2016, 1 noviembre). El escándalo de los gobernadores “modelo” de México que ahora son prófugos de la justicia. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-37831824>

- Najar, A. (2020, 1 julio). Caso Ayotzinapa. «Se acabó la verdad histórica»: qué supone el giro en la investigación de la desaparición en México de los 43 estudiantes. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-53258985>
- Nannestad, P. & Paldam, M. (1994). The VP-Function: A Survey of the Literature on Vote and Popularity Functions After 25 Years. En *Public Choice*. (79):213 -245. DOI10.1007/BF01047771.
- Navarro, F. (2020). *Juicio para Emilio Ricardo Lozoya Austin. Serie opiniones técnicas sobre temas de relevancia nacional*. Ciudad de México: UNAM-III. [https://archivos.juridicas.unam.mx/www/site/publicaciones/162juicio\\_para\\_emilio\\_ricardo\\_lozoya\\_austin.pdf](https://archivos.juridicas.unam.mx/www/site/publicaciones/162juicio_para_emilio_ricardo_lozoya_austin.pdf)
- Navarro, M. (2018, 6 abril). 2012–2018, el sexenio del empleo (mal pagado) . *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/2012-2018-el-sexenio-del-empleo-mal-pagado/>
- Notimex. (2016, 18 julio). Angélica Rivera canceló la compra de la Casa Blanca desde 2014: Presidencia. *Animal Político*. <https://www.animalpolitico.com/2016/07/angelica-rivera-cancelo-contrato-compra-la-casa-blanca-desde-2014-presidencia/>
- Notimex. (2019, 13 febrero). Corte define que despido de Carmen Aristegui de MVS fue ilegal. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/politica/Corte-define-que-despido-de-Carmen-Aristegui-de-MVS-fue-ilegal-20190213-0128.html>
- Oficina en México del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. (2018, marzo). Doble injusticia informe sobre violaciones de derechos humanos en la investigación del caso Ayotzinapa. ONU-DH. [www.hchr.org.mx/images/doc\\_pub/20180315\\_dobleinjusticia\\_informeonudhinvestigacionayotzinapa.pdf](http://www.hchr.org.mx/images/doc_pub/20180315_dobleinjusticia_informeonudhinvestigacionayotzinapa.pdf)
- Oraculus. (1996–2021). Aprobación Presidencial – Oraculus [Base de Datos de encuestas sobre Aprobación presidencial]. Oráculus. <https://oraculus.mx/aprobacion-presidencial/>
- Ortega, E. (2015, 29 abril). Pese a las resistencias, las reformas se están materializando: EPN. *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/pese-a-las-resistencias-las-reformas-se-estan-materializando-epn>
- Oxford. (2020). Scandal. <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/scandal>

- Padilla, L. (2014, 4 agosto). En 2015, 9 gubernaturas y 17 congresos en juego. *Milenio*. <https://www.milenio.com/politica/2015-9-gubernaturas-17-congresos-juego>
- Palomec, J. (2014, 19 noviembre). Peña Nieto denuncia “afán orquestado para desestabilizar al país”. *Animal Político*. <https://www.animalpolitico.com/2014/11/pena-nieto-advierde-de-afan-de-desestabilizar/>
- Parametría. (2014). *La aprobación de Enrique Peña Nieto a dos años de gobierno*. [http://www.parametria.com.mx/carta\\_parametrica.php?cp=4712](http://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=4712)
- Pérez, M. (2020, 04 noviembre). Retomarán iniciativa 3de3 para las elecciones del 2021. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Retomaran-iniciativa-3de3-para-las-elecciones-del-2021-20201104-0001.html>
- Pérez-Liñán, A. (2007). *Presidential Impeachment and the New Political Instability in Latin America* (Cambridge Studies in Comparative Politics). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511510335
- Pont-Sorribes, C. (2013). *Comunicar las emergencias. Actores, protocolos, y nuevas tecnologías*. Barcelona: Editorial UOC.
- Prados, I. (26 de febrero de 2013). Detenida por desvío de fondos la líder del sindicato de maestros mexicano. En *El País*. [https://elpais.com/internacional/2013/02/27/actualidad/1361930544\\_869726.html](https://elpais.com/internacional/2013/02/27/actualidad/1361930544_869726.html)
- Presidencia de Enrique Peña Nieto. (S.f.) Mensaje a medios del Presidente Peña Nieto sobre Iguala, Guerrero. [Video]. *Youtube*. <https://www.youtube.com/watch?v=TMhTsPEKZWI>
- Presidencia Enrique Peña Nieto. (S.f.) Conferencia de Prensa del Procurador, Jesús Murillo Karam (Ayotzinapa). [Video] *Youtube*. <https://www.youtube.com/watch?v=QNcfdHUiP8c>
- Presidencia Enrique Peña Nieto. (S.f.). La Casa blanca. [Video]. *Youtube*. <https://www.youtube.com/watch?v=V9m6RGUBCAg>
- Proceso. (2015, 27 octubre). La «Casa Blanca», un caso «legalmente cerrado»: Virgilio Andrade. *Proceso*. <https://www.proceso.com.mx/nacional/2015/10/27/la-casa-blanca-un-caso-legalmente-cerrado-virgilio-andrade-154207.html>

- Ramos, R. (2016, 10 octubre). EPN reconoce resistencia a reformas estructurales. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/politica/EPN-reconoce-resistencia-a-reformas-estructurales-20161010-0093.html>
- Real Academia Española (2020). *Autocracia*. <https://dle.rae.es/autocracia>
- Real Academia Española (2020). *Escándalo*. <https://dle.rae.es/esc%C3%A1ndalo?m=form>
- Redacción AN. (3 de septiembre de 2012). Fepade atendió 3 mil 91 denuncias por delitos electorales. En *Aristegui Noticias*. <https://aristeguinoticias.com/0309/lomasdestacado/solo-3-mil-91-denunciaspor-delitos-electorales-en-la-fepade/>
- Rocha-Quintero, J. E. (2017). El cierre del sexenio de Enrique Peña Nieto: entre la debilidad y la incertidumbre. En *Análisis Plural*, segundo semestre de 2016, 89-101.
- Romero, V. (2009). La herencia del presidente. Impacto de la aprobación presidencial en el voto. En *Política y Gobierno* 26 (1), 3-35.
- Romero, V. (2013). Impacto de los temas de seguridad pública en la aprobación presidencial. *Política y Gobierno, Temático 2013*, 139-160. Consultado el 20 de febrero de 2020 en [www.politicaygobierno.cide.edu/index.php/pyg/article/view/1054/898](http://www.politicaygobierno.cide.edu/index.php/pyg/article/view/1054/898)
- Saldierna, G. (2014, 10 julio). Obtiene Morena registro como partido; lo aprueba el Consejo General del INE. *La Jornada*. <https://www.jornada.com.mx/2014/07/10/politica/012n1pol>
- Salmorán, M. (2019). Democracia Y los rostros de la autocracia. En Salmorán, M. (Coord.) *Poder, democracia y derechos. Una discusión con Michelangelo Bovero*, (65-81). Ciudad de México: UNAM-III. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/12/5703/24.pdf>
- Santana, R. (2013). Gestión estratégica de las situaciones de crisis. En Asociación de Comunicación Política (Ed.), *Hacia una profesionalización de la comunicación política en México* (pp. 360-401). Ciudad de México, México: Porrúa-H. LXII Legislatura Cámara de Diputados.
- Sautu, Ruth et al. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Argentina, Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

- Secretaría de Comunicaciones y Transportes. (2014, 6 noviembre). Se deja sin efecto el fallo de la licitación del tren de alta velocidad México Querétaro [comunicado de prensa]. [www.sct.gob.mx/uploads/media/comunicado-310-2014\\_01.pdf](http://www.sct.gob.mx/uploads/media/comunicado-310-2014_01.pdf)
- Secretaría de Gobernación. (2013, enero). Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal. (DOF 02-01-2013). Diario Oficial de la Federación. [www.diputados.gob.mx/sedia/biblio/prog\\_leg/015\\_DOF\\_02ene13.pdf](http://www.diputados.gob.mx/sedia/biblio/prog_leg/015_DOF_02ene13.pdf)
- Secretaría de Gobernación. (2015, mayo). Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de combate a la corrupción. (DOF: 27/05/2015). Diario Oficial de la Federación. [www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5394003&fecha=27/05/2015](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5394003&fecha=27/05/2015)
- Secretaría de Gobernación. (2016, julio). Decreto por el que se expide la Ley General del Sistema Nacional Anticorrupción; la Ley General de Responsabilidades Administrativas, y la Ley Orgánica del Tribunal Federal de Justicia Administrativa. (DOF: 18/07/2016). Diario Oficial de la Federación. [www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5445048&fecha=18/07/2016](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5445048&fecha=18/07/2016)
- Secretaría de Telecomunicaciones y Transportes. (2014). Pre convocatoria a la licitación pública internacional abierta que contiene las bases de: licitación pública internacional abierta no. Po-009000988-n49- 2014 para el otorgamiento de un contrato mixto de obra pública para la construcción, suministro y puesta en marcha de: (i) una vía férrea; (ii) material rodante; (iii) equipos y sistemas y demás componentes del proyecto del tren de alta velocidad México D.F.- Santiago de Querétaro, Querétaro, en adelante “el tren México Querétaro. [http://www.sct.gob.mx/fileadmin/DireccionesGrales/DGTFM/Licitaciones/2014/09\\_88\\_N49\\_2014/PRE-BASES\\_MEX-QTO\\_N49-2014.pdf](http://www.sct.gob.mx/fileadmin/DireccionesGrales/DGTFM/Licitaciones/2014/09_88_N49_2014/PRE-BASES_MEX-QTO_N49-2014.pdf)
- Segob Diario Oficial de la Federación. (2013, mayo). *PLAN Nacional de Desarrollo 2013-2018*. (DOF: 20/05/2013). [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013)

- Shah, D., Watts, M., Domke, D., y Fan, D. (2002). News Framing and Cueing of Issue Regimes: Explaining Clinton's Public Approval in Spite of Scandal. *The Public Opinion Quarterly*, 66(3), 339-370. [www.jstor.org/stable/3078767](http://www.jstor.org/stable/3078767)
- Sosa, G. (2019). Introducción. En Sosa, G. (coord.), *Análisis de la reforma en telecomunicaciones en México, 2013-2016. Alcances y limitaciones*, (11-17). Ciudad de México: La Biblioteca-UNAM.
- Sosa, G. y López, M. (2019). El pacto por México: de las grandes expectativas al declive de un gobierno. En Sosa, G. (coord.), *Análisis de la reforma en telecomunicaciones en México, 2013-2016. Alcances y limitaciones*, (21-38). Ciudad de México: La Biblioteca-UNAM.
- The New York Times. (2017, 15 agosto). El caso Odebrecht sacude a México por acusaciones contra el exdirector de la petrolera estatal. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2017/08/15/espanol/america-latina/odebrecht-mexico-emilio-lozoya-pemex-corrupcion.html>
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Thompson, J. (2001). *El Escándalo político poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Thompson, J. (2003) La transformación de la visibilidad; *Estudios Públicos* 90, 273-296. [https://www.cepchile.cl/cep/site/docs/20160304/20160304093113/rev90\\_thompson.pdf](https://www.cepchile.cl/cep/site/docs/20160304/20160304093113/rev90_thompson.pdf)
- Thompson, J. (2005). La Nueva visibilidad. En *Papers* 78, 11-29.
- Tolentino M., J. (2020, 5 octubre). El Tren México-Querétaro revive con una inversión de 51,300 mdp para 2021. *Expansión*. <https://expansion.mx/empresas/2020/10/05/el-tren-mexico-queretaro-revive-con-una-inversion-de-51-300-mdp-para-2021>
- Tourliere, M. (2019, 26 abril). El AICM aumentará su capacidad a 50 millones de pasajeros al año con tercera terminal: AMLO. *Proceso*. <https://www.proceso.com.mx/nacional/2019/4/26/el-aicm-aumentara-su-capacidad-50-millones-de-pasajeros-al-ano-con-tercera-terminal-amlo-223934.html>

- Tuckam, J. (8 junio de 2012). Archivos informáticos sugieren que televisa vendió cobertura a altos políticos mexicanos. En *The Guardian*. [www.theguardian.com/world/2012/jun/08/mexico-televisa-cobertura-politicos](http://www.theguardian.com/world/2012/jun/08/mexico-televisa-cobertura-politicos)
- Tuckman, J. (26 de junio de 2012). Escándalo en los medios de comunicación mexicanos: una unidad secreta de televisa promocionó al candidato del PRI En *The Guardian*. [www.theguardian.com/media/2012/jun/26/escandalo-medios-televisa-candidato-pri](http://www.theguardian.com/media/2012/jun/26/escandalo-medios-televisa-candidato-pri)
- Valdivia-García, J. (2016). "la fuga del “chapo”, entre el temor y la desnudez". En análisis plural, (93-104), segundo semestre de 2015. Tlaquepaque, jalisco: iteso. <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/3503/la%20fuga%20del%20chapo%20entre%20el%20temor%20y%20la%20desnudez.pdf?sequence=2&isallowed=y>
- Vargas, J. C. C. (2015, 30 enero). Anuncia Videgaray recorte de 124 mmdp y la suspensión del tren México-Querétaro. *Proceso*.
- Vázquez, P. (26 de febrero de 2015). Caso monex o la justicia electoral a paso de cangrejo. En *Nexos*. <https://eljuegodelacorte.nexos.com.mx/?p=4439>
- Villafranco, G. (2015, 27 febrero). *6 obras públicas que terminaron en fracaso presupuestal*. Forbes. <https://www.forbes.com.mx/6-obras-publicas-que-terminaron-en-fracaso-presupuestal/>
- Volpi, J. (24 de junio de 2012). La primavera mexicana. En *El País*. [https://elpais.com/elpais/2012/06/20/opinion/1340208194\\_030975.html](https://elpais.com/elpais/2012/06/20/opinion/1340208194_030975.html)
- Weber, M. (1994). La política como vocación. En *El Político y el Científico*, (7-60). Ciudad de México: Ediciones Coyoacán.
- Wolton D. (1998). La comunicación política: construcción de un modelo. En Ferry J., D. Wolton, et.al. *El nuevo espacio público*, (28-45). Barcelona: Gedisa Editorial.
- Zepeda, M. (2014, 22 octubre). ¿Qué ocurrió en Tlatlaya minuto a minuto, según la CNDH? *Animal Político*. <https://www.animalpolitico.com/2014/10/la-matanza-del-ejercito-en-tlatlaya-segun-la-cndh/>
- Zepeda, P. (2017). *El pacto por México; un intento de gobierno de coalición. Cuaderno de investigación*, 32. Ciudad de México: instituto Belisario Domínguez-Senado de la república.

ARTICULISTA INVITADO • La nueva política exterior mexicana • Eruviel Ávila P. 12

# MILENIO

**NACIONAL**  
**MIÉRCOLES**  
19 de noviembre de 2014  
[www.milenio.com](http://www.milenio.com)

---

DIARIO • PERIODISMO CON CARÁCTER AÑO 15 • NÚM. 5437

**EL MAYITO GORDO, A PUENTE GRANDE**  
Abatido en Michoacán, el jefe de sicarios de La Tuta: Castillo **P. 25 Y 27**



**La Afición**  
Una mala defensa le costó al Tri la derrota 3-2 ante Bielorrusia



---

**Pareciera que hay un interés de "atentar contra el proyecto de nación", dice**

## Peña: las protestas, para desestabilizar

**Sierra Gorda 150**  
Informa Angélica Rivera monto y origen de casa; venderá los derechos

**Osorio Chong**  
"Una acción imprudente" de la policía, lo sucedido el sábado pasado en CU

**Reaparece en público**  
Llama Mancera a cerrar filas ante "cualquier forma de violencia"

**Presenta protocolo**  
En vez de nombramiento, en el PRD "recibí cartucho de dinamita": Navarrete

**Titular de la CNDH**  
"Seré incómodo, pero no contrario a los fines del Estado" **P. 4 A 10**

---



**Familiares de otros desaparecidos acudieron a dejar muestras de ADN en Iguala.**

**El instrumento, a 10 años y por 2 mil mdd Bono blinda a México contra fondos buitres**  
Invierte la CFE 200 mdd para reconvertir a gas natural siete centrales eléctricas **P. 29**

---

**Tabasco, en emergencia por las lluvias**  
Anegadas, 25 colonias de Villahermosa; afecta frente frío a Veracruz **P. 16**

**El asalto a la razón**  
Carlos Marín • [cmarin@milenio.com](mailto:cmarin@milenio.com)

**LUIS RAÚL GONZÁLEZ PÉREZ**  
En el entorno de violaciones tan graves como las que han ocurrido al país y dan pretexto a manifestaciones destructivas, lo primero que advierte el nuevo presidente de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, Luis Raúl González Pérez, es que será un ombudsman "incómodo" para quienes, desde el servicio público, violan las garantías y la dignidad de las personas.  
Contra la tradición, anticipa que propondrá al Congreso eliminar la reelección de titular en esa institución.

Lejos de lo políticamente "correcto", deja claro que la CNDH no será "contraria ni opuesta a los fines del Estado mexicano". Pero no generaliza ni magnifica: las violaciones a los derechos humanos se dan, dice, "en algunas partes", y promete trabajar para que sucesos como los de Iguala y Tlatlaya no se repitan.  
Es subprocurador irrepachable del caso Colosio, puntual sobre Aguas Blancas como su primer visitador de la comisión que ya preside y abogado general de la UNAM hasta la semana pasada, González Pérez comienza su gestión tan bien como merece terminarla...

---

**HOY ESCRIBEN**  
Carlos Peig, Isidro Calisto Albarán, Ciro Gómez Leyva, Joaquín López-Dóringa, Bárbara Anderson **p. 2/3** • Guillermo Valdés, Juan Ignacio Zavala, Marco Rascón **p. 14/15** • Jesús Rangé, Julio Serrano **p. 30** • Luis Miguel Aguilár **p. 42** • Susana Moscatel, Ánam Cueva **p. 52/53**

**enmilenio.com**  
BUSCA LA NOTICIA: SON MÁS 60% DE LOS JÓVENES DEL MUNDO: ONU. En: [milenio.com/internacional](http://milenio.com/internacional)

**\$10.00**

Fuente: Kiosko.net

[https://es.kiosko.net/mx/2014-11-19/np/mx\\_milenio.html](https://es.kiosko.net/mx/2014-11-19/np/mx_milenio.html)



# **La Jornada**

DIRECTORA GENERAL: CARMEN LIRA SAADE  
DIRECTOR FUNDADOR: CARLOS PAVAN VELVER

MIÉRCOLES 19 DE NOVIEMBRE DE 2014  
MÉXICO, DISTRITO FEDERAL • AÑO 31 • NÚMERO 10883 • www.jornada.unam.mx

10 PESOS

## ACLARACIONES



En un acto en Cuautlilán, el presidente Enrique Peña Nieto se refirió al tema de la casa de su esposa, Ángelica Rivera, en Las Lomas de Chapultepec. Horas después, su cónyuge emitió un mensaje en su página web ■ Fotos Presidencia y tomada del video difundido por Ángelica Rivera y Televisa

■ “Nada tengo que esconder; he trabajado toda mi vida”

# Rivera: venderé los derechos de la casa de Las Lomas

- “No quiero que sea pretexto para ofender y difamar a mi familia”
- Detalla cómo forjó su patrimonio mediante contratos con Televisa
- “Tengo la capacidad económica para ser una mujer independiente”
- “Sí conocí al ingeniero Juan Armando Hinojosa, como a muchos otros”
- Horas antes, el presidente Peña adelantó que su esposa abordaría el tema

ROSA ELVIRA VARGAS ■ 3

## Osorio: la acción policiaca en CU fue “imprudente”

■ Hace un llamado a respetar la autonomía de la institución universitaria

■ Narro: la UNAM tiene fortaleza para salir adelante de esta situación

JESÚS ARANDA Y ENRI OJANES ■ 10

## Abatir la impunidad, eje de la CNDH: González Pérez

■ Tendrá el organismo una labor cercana a la sociedad, enfatiza el ombudsman

■ Será implacable con autoridades que atentan contra derechos humanos

FERNANDO CANUCHO Y VÍCTOR BALLENAS ■ 5

## Mancera insta a cerrar filas en contra de la violencia

■ “Hay que estar en primera línea por México, por la paz, por el diálogo”



El mandatario capitalino encabeza la celebración del 190 aniversario del Distrito Federal, en lo que fue su primera actividad pública luego de ser sometido a una operación a corazón abierto ■ Foto Francisco Olvera GABRIELA ROMERO SÁNCHEZ ■ 32

Fuente: Kiosko.net

[https://es.kiosko.net/mx/2014-11-19/np/mx\\_jornada.html](https://es.kiosko.net/mx/2014-11-19/np/mx_jornada.html)

**EL UNIVERSAL**  
EL DIARIO DE MÉXICO

Sábado 22 de agosto de 2015

**DEPORTES**  
**TUCA, DOMINIO TOTAL EN EL TRI**  
Ferretti no permitirá que interfieran en su labor; dice Octavio Rivas, cercano al DT y psicólogo deportivo. **D1**

**DE ÚLTIMA**  
**EXPERIENCIA VINTAGE**  
PIEZAS MARCADAS POR LOS REQUERIDOS Y EL TIEMPO SE TORNAVAN EN DEBILITOS DE CULTO Y EN MODA DE COLECCIONISTAS Y NOSTALGICOS. **N1**

**CULTURA**  
**EL CINE A TRAVÉS DE MONSIVÁIS**  
David Maciel, amigo del cronista, compiló 56 artículos y ensayos relacionados con el septenio entre y publicados por el escritor desde la década de los 60. **E14**

**ESTADOS**  
**CASO ABC: NIEGAN A PGR 22 ARRESTOS**  
Por falta de pruebas, un juez rechazó las órdenes de aprehensión en contra de empleados de la guardería. **A16**

**Le 'inyectan' 400 mdd y el peso sigue enfermo**



**RUBÉN MIGUELES**

El peso cerró ayer su peor depreciación semanal desde julio de 2013, de 3.22%, al colar en ventanillas de Bancomex en 17.28 unidades por dólar, con un alza de 28 centavos respecto al cierre del jueves.

La fuerte caída en el precio del petrodólar y la preocupación por la desmembración de China fueron factores que aceleraron la especulación contra la divisa mexicana, dijeron especialistas.

El retroceso se dio pese a que Bancomex inyectó ayer 400 millones de dólares al mercado cambiario.

**CARTERA A16**

# Exoneran a Peña Nieto y a Videgaray por casas

- No hubo conflicto de interés en compra de inmuebles: **SFP**
- Para la secretaria el proceso está agotado, dice **Andrade** en entrevista

**ARIADNA GARCÍA**  
—politico@eluniversal.com.mx

La Secretaría de la Función Pública (SFP) concluyó que no existió conflicto de interés por parte del presidente Enrique Peña Nieto ni del secretario de Hacienda y Crédito Público, Luis Videgaray, por la adquisición de casas a un proveedor del gobierno.

Tampoco hubo anomalías en el hecho de que la primera dama Angélica Rivera comprara una casa en Las Lomas, en la capital del país, al contratista Juan Armando Hinojosa.

En conferencia de prensa, el secretario de la Función Pública, Virgilio Andrade, justificó que los inmuebles fueron adquiridos antes de que Peña y Videgaray asumieran sus cargos en el gobierno federal.

La investigación que duró seis meses, señaló, no incluyó la redacción de denuncia que ha existido entre Peña Nieto y los empresarios Hinojosa y Arturo San Román.

"El conflicto de interés no se materializó con la amistad", afirmó Virgilio Andrade.

En entrevista con EL UNIVERSAL, el funcionario explicó que a juicio de la secretaria el caso está agotado, pero en el secuestro público podrá haber opiniones de todo tipo.

Rechazó que tenga que renunciar a la SFP o que la dependencia deba desaparecer, porque aún tiene tareas por desempeñar.

**NACIÓN A8**

**"El dictamen de la SFP está disponible con todo detalle para que ahí certifiquen que se ha hecho un trabajo impecable y legal"**

**MANLIO FABIO BELTRONES**  
Dirigente nacional del PRI

**"Es una auténtica burria que ofende a los mexicanos y viene a confirmar que se ha hecho un trabajo impecable y legal"**

**RICARDO ANAYA**  
Presidente nacional del PAN

**"Es inaceptable, insuficiente y tendencioso porque viola los principios de profesionalismo, imparcialidad, legalidad y certeza"**

**CARLOS NAVARRETE BRIZ**  
Líder nacional del PRD

**"Es una farsa (...). Esto es una tomadura de pelo, el señor que pusieron en el alcahuete y todos sabemos cual iba a ser el resultado"**

**ANDRÉS MARCEL LÓPEZ ORIBARRA**  
Fundador de Morena

## EPN ofrece disculpas

**Francisco Reséndiz**  
—francisco.resendiz@eluniversal.com.mx

● Titular de Hacienda asume la resolución "con humildad", "ni actuación fue legal y ética"

El presidente Enrique Peña Nieto se disculpó con los mexicanos que se sintieron "lastimados e indignados" por el supuesto conflicto de interés en la compra de casas a un proveedor del gobierno.

Se dijo que el funcionario debe ser "apagado y deshecho" y no generar desconfianza entre la población.

Explicó que los servidores públicos deben entender que si bien su responsabilidad se rige por la ley, están obligados a actuar de tal manera que sus acciones no provoquen sospechas o malas interpretaciones.

Luis Videgaray, secretario de Hacienda, también ofreció disculpas que marcan una carta a la opinión pública. Admitió que recibe "con humildad" la resolución que lo inculpa a él y a Peña Nieto. Dijo que su actuación fue legal y ética, pero eso generó una percepción que contribuyó a deteriorar la confianza en las instituciones.

**NACIÓN A9**

## Rubén no se mostraba temeroso, afirma amigo

**KARINA ÁLVAREZ**  
—karina.alvarez@eluniversal.com.mx

El fotoperiodista Rubén Espinosa no se sentía perseguido, aseguró su amigo Antonio Contreras en su última declaración ministerial realizada el pasado 14 de agosto.

"Nunca me dijo que lo habían perseguido. El día que lo vi por última vez lo vi travajando un poco desahogado por estar desempleado, pero no se veía con miedo", afirmó.

El último día que estuvieron juntos, Rubén decidió ir al bar La Cueva, ubicado en la calle República de Cuba, donde llamó a Nadia Viena para que los alcanzara. Tres meses antes fueron con Vidales de un momento que esa compañía con sus jóvenes socios. Además, Antonio Contreras aseguró que nunca vio a MBE Virginia ni a Soledad Ortiz.

**MEXICOPOLICIA C1**

## "ES HORA DE LA RENOVACIÓN DEL PAN"



Ricardo Anaya asumió la presidencia del partido blanquiazul y aseveró que como su líder tendrá que tomar determinaciones, muchas de ellas complejas. Dijo que es hora de renovación y regeneración y recalzó que será crítico del gobierno federal. Ayer el dirigente recibió la constancia de mayoría que lo acredita como presidente del comité directivo de Acción Nacional. **NACIÓN A4**

## René Bejarano

**"No tenemos tiempo para experimentos"**

**MISAEEL ZAVALA**  
—misaeel.zavalala@eluniversal.com.mx

René Bejarano Martínez, dirigente de la corriente Izquierda Democrática Nacional, rechazó la posibilidad de que un personaje externo relevase a Carlos Navarrete y asuma la presidencia del PRD. "No comparto esa idea, se ha excedido esa propuesta de un externo. No hay tiempo para hacer experimentos", advirtió el periodista en entrevista con EL UNIVERSAL.

Admite que a los 27 años de edad, el PRD no sufre una herida común, sino una embolia que requiere terapia inmediata para salir del shock ocasionado por el "colaboracionismo de los sectores peralistas" como Nueva Izquierda que, incluso, son influidos por el PRI y el gobierno federal.

**NACIÓN A7**

**CUPÓN WinPAD AIRIS**

El Universal  
Número: 35 717  
Número SP: 94 60400

**OPINIÓN**

UNIÓN	Gustavo Atlántic	A19
Salvador García Soto	CULTURA	
Porfirio Muñoz Ledo	Ulises Castellanos	E15
Emilia Cabrera	Mónica León	E17
Jorge A. Chávez	BIENESTAR	
Leticia Bonifaz	Hugo Sánchez	D2
Andrew Sebe	Jander Alarcón	D3

**María Elena Morera**

La posibilidad para cumplir acuerdos de equidad 2015 en la simulación". **A18**

**PÉRDIDAS.** Semana negra para la Bolsa y el peso: BMV bajó 3.62%, el dólar cerró a \$17.24 | 7



**NACIONAL | 6**  
**El presidencialismo fuerte fue nuestra forma de organizarnos para convivir con EU, explica a Crónica Soledad Loaeza**  
 [ Juan Manuel Azua/Siglo Veintiuno ]



**CIUDAD | 14**  
**¿Cómo se reparte el dinero de parquímetros? En cuatro meses, recaudaron \$63 millones por uso y \$18 millones por multas: 70%, a la empresa; 30%, a vecinos; al GDF piscachas**  
 [ Beto Burgos Fuentes ]

**LA ESQUINA**  
 Mientras gran parte de la sociedad mira hacia un lado, las cosas se complican en otro. Es el caso de las finanzas, azotadas principalmente por una nueva y sensible baja en el precio del petróleo. Las expectativas de los agentes económicos sobre el futuro del país caen y el jeroglífico presupuestal va a requerir de un trabajo de verdad muy serio. ¡Agua!

PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL:  
 Jorge Kahwagi Gastine

LA **CRÓNICA** DE HOY

VICEPRESIDENTE:  
 Jorge Kahwagi Macari

SÁBADO 22  
 AGOSTO 2015  
 AÑO 20 / \$6.00 / \$7.00  
 www.cronica.com.mx

# EPN ofrece disculpas por indignación en caso Higa

Inicio formal de clases en la UNAM



La ceremonia de regreso a clases se realizó ayer en la UNAM, donde se dio la bienvenida a 25 mil alumnos de bachillerato, 45 mil de licenciatura y 11 mil en posgrado. En la imagen, estudiantes de la facultad de medicina lanzaron geyso por el regreso a clases. .19

"La investigación demuestra que la conducta tanto de mi esposa como la mía estuvieron plenamente apegadas a la ley", dijo

Función Pública no encontró conflicto de interés en las casas de Las Lomas, Malinalco e Ixtapan de la Sal

- Reconoció, sin embargo, que los acontecimientos "dieron lugar a interpretaciones que lastimaron e incluso indignaron a muchos mexicanos"
- Convocó a la sociedad a "recuperar la confianza de México y la confianza en México" .3 y 4

- Cuando se realizó la compra, ni Peña Nieto ni Videgaray eran funcionarios públicos, señala Virgilio Andrade
- El dictamen "bien fundamentado", considera Manlio Fabio Beltrones
- "Una burla", dice Anaya, del PAN; la indagatoria "no convence": PRD .3 y 4

Camacho Quiroz, elegido coordinador de diputados priistas .4

[ CECILIA TELLEZ ]

[ A. SANCHEZ, B. BOPILLO Y L. FRANCO ]



**ACADEMIA | 19**  
**Luis Herrera Estrella, Premio Crónica, distinguido por Scientific American como una de las 100 figuras más influyentes de la biotecnología**



**ESPECTÁCULOS | 24**  
**Murió Daniel Rabinovich, fundador y miembro destacado del afamado grupo argentino Les Luthiers**

**ESCRIBEN**

AURELIO RAMOS MÉNDEZ	UNO
CARLOS MATUTE	DOS
CECILIA TELLEZ	DOS
EDUARDO BERMÚDEZ	TRES
CARLOS ALBERTO PATIÑO	CUATRO
MIGUEL ÁNGEL RIVERA	CUATRO
CARLOS VILLA ROZ	SIS

Fuente: Kiosko.net

[https://es.kiosko.net/mx/2015-08-22/np/mx\\_cronica.html](https://es.kiosko.net/mx/2015-08-22/np/mx_cronica.html)

# La Jornada

DIRECTORA GENERAL: CARMEN LIRA SAADE  
DIRECTOR FUNDADOR: CARLOS PAVAN VELVER

JUEVES 5 DE FEBRERO DE 2015  
MÉXICO, DISTRITO FEDERAL • AÑO 31 • NÚMERO 10959 • www.jornada.unam.mx

10 PESOS

## SE DESPLOMA AVIÓN EN TAIWÁN; MUEREN 26



Una aeronave de pasajeros de TransAsia Airways chocó con un puente de una autopista 10 minutos después de alzar el vuelo y cayó en el río Keelung, en Taipei, la capital. Un video filmado por un aficionado registró el accidente del ATR 72-600 turbopropulsado, que cubría un itinerario local. Hubo 15 sobrevivientes y se recuperaron las dos cajas negras, informaron autoridades. El bimotor llevaba 53 personas a bordo, entre ellos 31 turistas. Se cree que 12 personas están atrapadas en el aparato ■ Foto Ap/ TVBS

## En el gobierno actual, mil 577 registros de desaparecidos

■ La lista la encabezan Coahuila, Jalisco, Veracruz y Guerrero: CEAV  
■ México encara "contexto desafiante" en derechos humanos, señala la ONU  
GUSTAVO CASTILLO GARCÍA ■ 7 y 8

## Limpia en Petrobras tras el escándalo de corrupción

■ Renuncian su presidenta y 5 directores a la empresa más grande de Brasil  
■ Según la fiscalía, hay unos 800 mdd en sobornos y otros pagos ilegales

■ La enmienda del propio Presidente la dejó fuera, subraya

# Marván: la SFP, en el vacío legal para investigar a Peña

■ Obligado, regularizar esa dependencia, señala la ex titular del Ifai  
■ "Llevará meses" fijar si hubo conflicto de intereses: Virgilio Andrade  
■ Puntualiza que sólo se podrían emitir sanciones administrativas

ALONSO URRUTIA Y JOSÉ ANTONIO ROMÁN

■ 3 y 4

## Actores, contra la demolición y venta del teatro Jiménez Rueda

■ Se manifiestan en el Senado; versión de que ahí se construirá un Walmart  
■ Exigen aclaraciones al gobierno federal, al GDF, al Issste y al INBA

VICTOR BALUNAS

■ 41

## Banorte Ixe destinará \$35 mil millones para financiar vivienda

■ El monto representa 10% de la inversión prevista hace unos días por el Ejecutivo

ROBERTO GONZÁLEZ AMADOR

■ 25

Fuente: Kiosko.net

[https://es.kiosko.net/mx/2015-02-05/np/mx\\_jornada.html](https://es.kiosko.net/mx/2015-02-05/np/mx_jornada.html)