



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

**EL ESCÁNDALO POLÍTICO EN LA AGENDA
PÚBLICA DE TWITTER, UNA LUCHA POR EL
PODER SIMBÓLICO**

TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

PRESENTA:
LORENA MENDOZA ROMERO

ASESORA DE TESIS:
PATRICIA MÓNICA GARCÍA JIMÉNEZ

SANTA CRUZ ACATLÁN, NAUCALPAN, ESTADO DE MÉXICO, AGOSTO, 2023



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.

Agradecimientos

A la UNAM y a mis profesores de la carrera, por darme la oportunidad de conocer el mundo.

A mis profesores del seminario y a mi asesora, por sus enseñanzas y su guía constante.

A mi familia y a mis amigos, por su compañía y su apoyo incondicional.

A mis padres, a quienes les debo cada uno de mis éxitos.

A Dios, por nunca abandonarme.

Índice

Introducción	1
Capítulo 1. El escándalo político en la web	5
1.1. Las elecciones en México y el escándalo político de Eva Cadena	5
1.1.1. El panorama político de México	5
1.1.2. Las elecciones del año 2017 en México	7
1.1.3 Los partidos políticos en la contienda electoral	8
1.1.4 El escándalo político de Eva Cadena	11
1.2 La comunicación política en la web	18
1.2.1 La sociedad de la información	18
1.2.2 El desarrollo de la Web 2.0	20
1.2.3 La comunicación política en las redes sociales	22
1.2.4 La comunicación en Twitter	27
Capítulo 2. Los mecanismos de poder en la comunicación	30
2.1 La teoría del escándalo	30
2.1.1 La evolución del concepto de escándalo	30
2.1.2 Las características del escándalo	31
2.1.3 El escándalo político	34
2.1.4 El escándalo como acontecimiento mediático	37
2.1.5 El escándalo como cuento edificante	41
2.2 Comunicación y poder en la democracia	41
2.2.1 El concepto de cultura	42
2.2.2 El concepto de poder	46
2.2.3 La democracia deliberativa	48
2.2.4 El espacio público	50
2.2.5 La comunicación política	53
2.2.6 La legitimación del poder	55
2.3. Teorías de la comunicación: agenda setting y encuadre	58
2.3.1 Teoría del agenda setting	58
2.3.2 La teoría del encuadre	69
Capítulo 3. Metodologías para el estudio del escándalo en Twitter	78
3.1 Perspectivas cuantitativas y cualitativas	78
3.1.1 La perspectiva cuantitativa	78
3.1.2 La perspectiva cualitativa	80
3.1.3 La perspectiva mixta	82
3.2 Metodología para el estudio del encuadre	86
3.2.1 Cinco propuestas metodológicas para el estudio del encuadre	86
3.2.2 Propuesta de Van Gorp para el estudio de encuadres	91

3.3 El análisis de contenido	95
3.3.1 Conceptualización del análisis de contenido	96
3.3.2 Componentes del análisis de contenido	97
3.3.3 Procedimientos del análisis de contenido cualitativo	102
3.3.4 Técnicas emparentadas del análisis de contenido	104
Capítulo 4. Análisis del escándalo político de Eva Cadena en Twitter	107
4.1 Agenda building en Twitter	107
4.1.1 Propuesta de análisis	107
4.1.2 Resultados	111
4.2 Análisis inductivo de encuadres	115
4.2.1 Propuesta de análisis	116
4.2.2 Resultados	119
4.3 Análisis deductivo de encuadres	129
4.3.1 Propuesta de análisis	130
4.3.2 Resultados	133
Conclusiones	135
Referencias	146
Anexos	171

Introducción

Los comicios electorales en México son temporadas de batalla. Durante las elecciones del 2017 en este país las guerras entre partidos políticos abundaron en el espacio público y las noticias de corrupción desbordaron los titulares de los periódicos utilizando al escándalo político como la principal herramienta de ataque.

Entre múltiples campañas de desprestigio basadas en la denuncia de actos inmorales cometidos por los candidatos y sus partidos políticos, en el año 2017 llamó la atención el escándalo de Eva Cadena, el cual buscó atacar la reputación del partido Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) y que se desarrolló en diversas plataformas de medios.

Este escándalo en el que participaron los tres actores del modelo de comunicación política de Wolton (1992): medios masivos, políticos y opinión pública, fue el ejemplo del nuevo paradigma de comunicación política, que en el contexto de la sociedad de la información, presumió una interacción más directa debido al desarrollo de las nuevas tecnologías.

Twitter fue el espacio público de dicha batalla, y en el nuevo paradigma de comunicación en red los tres actores tuvieron acceso a las mismas herramientas de poder para difundir y posicionar sus discursos de forma masiva sin pasar por los guardianes de los medios de comunicación tradicionales.

Mensajes de 140 caracteres, fotos, videos, links, likes, retuits y trending topics fueron las herramientas de poder utilizadas para posicionar el escándalo de Eva Cadena en la agenda pública y para difundir encuadres interpretativos diversos sobre éste, abriendo con ello nuevas líneas de estudio para la comunicación política en la era digital.

En este sentido la presente investigación propone explorar el papel que cada uno de los actores de la comunicación política tuvo en el desarrollo y difusión del escándalo, y para ello por un lado busca descubrir la participación y la presencia de los políticos, medios y opinión pública en los trending topics en los que se realizó establecimiento de agenda, y por otro lado descubrir los encuadres interpretativos sobre dicho escándalo que estos tres actores difundieron.

Con esto el objetivo de la presente investigación es el siguiente:

Analizar los tuits sobre el escándalo político de Eva Cadena producidos durante las elecciones en México en el año 2017 para conocer los encuadres impulsados por los diferentes actores de la comunicación política en la agenda pública de Twitter.

De esta forma se parte de la pregunta general:

¿Cuáles son los encuadres impulsados por los diferentes actores de la comunicación política sobre el escándalo político de Eva Cadena en la agenda pública de Twitter durante las elecciones en México en el año 2017?

Además se plantean cuatro preguntas individuales que ayudarán a entender el rol de los actores de la comunicación política en los mecanismos de poder comunicativo:

- *¿Qué actores de la comunicación política tuvieron mayor participación en la agenda pública de Twitter en relación al escándalo político de Eva Cadena?*
- *¿Qué actores de la comunicación política tuvieron mayor presencia en la agenda pública de Twitter en relación al escándalo político de Eva Cadena?*
- *¿Qué encuadres fueron empleados por los actores de la comunicación política en la agenda pública de Twitter en relación al escándalo político de Eva Cadena?*
- *¿Cuáles fueron los encuadres más frecuentemente empleados por los actores de la comunicación política en la agenda pública de Twitter en relación al escándalo político de Eva Cadena?*

Debido a que el objetivo general de la presente investigación es de carácter exploratorio, como hipótesis de dichos cuestionamientos se propone el hallazgo de disparidades entre los encuadres utilizados por los tres actores políticos de la siguiente manera:

Hipótesis:

El escándalo político de Eva Cadena en el año 2017 fue difundido por medios, políticos y opinión pública por medio de encuadres interpretativos diferentes.

Con el fin de probar la hipótesis anterior y resolver los cuestionamientos generales anteriormente enunciados, la presente investigación se presenta en cuatro secciones que en su conjunto brindan elementos útiles para el entendimiento de la comunicación política en el siglo XXI.

En la primera sección se presenta el marco contextual de la investigación en el cual se describe el panorama histórico, político y tecnológico en el que se inserta el fenómeno estudiado. En éste se aborda en primer lugar el panorama político de México en el que se llevaron a cabo las elecciones locales del año 2017, y se realiza una revisión detallada del escándalo político de Eva Cadena para exponer las acciones y los personajes que le dieron forma al suceso; y en segundo lugar, se explora el contexto tecnológico de la sociedad de la información, los usos políticos de los medios digitales, así como los mecanismos de la red social Twitter, con el fin de entender la cultura desde una visión estructural.

Una vez descrito el contexto, en la segunda sección se presenta el marco teórico de la investigación, el cual expone los conceptos que orientan el desarrollo y la interpretación de los resultados del estudio. En primer lugar en éste se aborda la teoría del escándalo político y se desarrolla el concepto de cultura (ambos propuestos por Thompson (2001)), así como los conceptos de poder, democracia, comunicación política y legitimación a la luz de diversos autores; y en segundo lugar se exponen las teorías del establecimiento de agenda y encuadre a partir de sus postulados teóricos más importantes con el fin de entender los mecanismos de poder utilizados en el espacio público de Twitter.

Después de establecer las bases teóricas y contextuales, en la tercera sección de la investigación se describe el marco metodológico necesario para el diseño del presente estudio. De esta manera, a partir de una discusión sobre las perspectivas cuantitativas y cualitativas de la investigación, una descripción de los enfoques metodológicos que permiten el estudio del encuadre, y una explicación detallada sobre la técnica del análisis de contenido, se proponen las bases para la creación de una metodología innovadora que, por medio de la triangulación de técnicas, permite el estudio de los encuadres en los mensajes producidos en la red social Twitter.

Finalmente, como última parte de esta investigación, en la cuarta sección se presentan la aplicación y los resultados, describiendo así las tres etapas del estudio: el análisis cuantitativo del establecimiento de agenda, los análisis inductivo y deductivo de encuadres, así como las conclusiones en las que se describen los resultados y las particularidades encontradas en el empleo de las herramientas de poder por los tres actores de la comunicación política durante el escándalo político de Eva Cadena.

Es de esta manera que la investigación propuesta servirá para enriquecer y complementar los estudios sobre la comunicación política en las redes sociales digitales siendo uno de los escenarios más importantes para las luchas de poder en la vida política de México en el siglo XXI.

Capítulo 1

El escándalo político en la web

1.1. Las elecciones en México y el escándalo político de Eva Cadena

Las elecciones locales del año 2017 en México fueron una época de lucha política en la que diversos partidos políticos buscaron el poder de los estados de Coahuila, Estado de México, Nayarit y Veracruz utilizando entre sus armas principales al escándalo político.

Esta guerra desarrollada en los medios de comunicación se generó en un entorno político con una crisis de legitimidad importante debido a los continuamente revelados casos de corrupción de la clase política mexicana, así como una crisis del sistema democrático que en ese mismo año se agravó por la percepción de fraude electoral durante la contienda.

Debido a que el contexto en el que se llevó a cabo este proceso comunicativo es importante para el análisis cultural del mismo, en este capítulo se realiza una breve descripción del panorama político, la contienda electoral, y los sucesos y personajes alrededor del escándalo político de Eva Cadena que aquí se propone como caso de estudio por su significativa presencia en las redes sociales digitales.

1.1.1. El panorama político de México

El escándalo político en Twitter analizado en la presente investigación se desarrolló en México en el año 2017 durante un periodo electoral agitado, en el que los comicios ordinarios desarrollados en cuatro estados, Estado de México, Coahuila, Veracruz y Nayarit, fueron vistos “como un diagnóstico de la elección presidencial del año siguiente” (Corona, 2018, p.2).

En dicho periodo electoral el presidente Enrique Peña Nieto se encontraba en el último año de su mandato y sufría de una crisis de legitimidad importante debido a los escándalos políticos ocurridos en las filas de su partido, en su gabinete y en su propia figura presidencial, los cuales causaron que en el año 2016 el 72% de los mexicanos lo percibieran como corrupto (Opciona, 2016).

En 2017, el partido político del presidente sufría de una crisis de confianza, ya que la lista de priistas involucrados en delitos graves había sido notable con por lo menos 30 militantes señalados o investigados por presuntas relaciones con el crimen organizado o actos de corrupción, entre los cuales de acuerdo a la revista Proceso, 21 de ellos eran ex-gobernadores acusados por haber incurrido en abusos de poder (Gil Olmos, 2017).

Entre los casos más destacados durante el periodo electoral del 2017 destacaron los escándalos de César Duarte Jáquez, ex-gobernador de Chihuahua (a quien el 31 de marzo del 2017 se le emitió ficha roja para localizarle en 190 países), Tomás Yarrington, ex-gobernador de Tamaulipas (capturado el 10 de abril del 2017 en Italia), Javier Duarte Ochoa, ex-gobernador de Veracruz (detenido en Guatemala el 15 de abril del 2017) y Roberto Borge Angulo, ex-gobernador de Quintana Roo (detenido en Panamá el mismo día de las elecciones del 2017), quienes fueron prófugos de la justicia en el extranjero por actos de corrupción, peculado, desvíos de recursos, y algunos otros delitos durante sus mandatos.

Asimismo, entre los sucesos que hacia el año 2017 habían afectado la confianza en el gobierno se encontraban la desaparición durante un ataque armado de 43 estudiantes en Ayotzinapa en septiembre de 2014, así como el escándalo de la “Casa Blanca” que en noviembre del 2014 reveló el conflicto de interés por la compra de una mansión de siete millones de dólares por parte de Angélica Rivera, esposa del presidente y primera dama de México.

Posiblemente debido a la emergencia mediática de los escándalos políticos durante este periodo, los cuales hasta dos años atrás tuvieron un promedio de 107 menciones por día en la prensa escrita (Amparo Casar, 2016, p.10), fue que México en el año 2017 se posicionó como el peor evaluado en los índices de corrupción de Transparencia Internacional, tanto en los países que integran la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), como en el G20 (Transparency International, 2018).

En tal escenario político permeado por escándalos de corrupción y una aprobación de sólo el 20% de los mexicanos hacia la gestión del gobierno (Corporación Latinobarómetro, 2017), fue que se desarrollaron las elecciones locales del 2017 en México.

1.1.2. Las elecciones del año 2017 en México

Las elecciones locales del año 2017 se desarrollaron en los estados de Coahuila, Estado de México, Nayarit y Veracruz durante un periodo de 5 meses que abarcó desde el inicio las precampañas en enero, hasta la jornada electoral el 4 de junio, día en que se eligieron a gobernadores, diputados y presidentes municipales en los cuatro estados.

Dichas elecciones fueron llevadas a cabo por el Instituto Nacional Electoral (INE), que desde la reforma del 2014 se volvió una institución que homologó los procesos federales y locales a lo largo del país (INE, 2014), y que tuvo la encomienda de fortalecer a la democracia y garantizar el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía.

Con el precedente de unas elecciones estatales que lograron la alternancia en diversos estados de la república, en el 2017 el INE se enfrentaba a un desafío importante, ya que en dicho año el escenario nacional reflejó una profunda insatisfacción con la democracia, con sólo 18 de cada 100 mexicanos sintiéndose contento con dicho sistema, y sólo el 5% de los ciudadanos opinando que la democracia era plena en el país (Corporación Latinobarómetro, 2017).

Con tal insatisfacción nacional con el sistema electoral, los nuevos mecanismos regulatorios del INE parecían una solución que favorecerían la confianza ciudadana y asegurarían unas elecciones limpias, sin embargo a pesar de presentar sanciones y castigos para los partidos que cometieran actos de corrupción, dicho organismo electoral no logró impedir la utilización ilegal de recursos públicos en la que diversos partidos incurrieron con el fin de beneficiar a sus candidatos.

Entre los delitos electorales más castigados durante las elecciones del año 2017 se encontraron los de compra de votos, y ofrecimiento de servicios o bienes derivados de un encargo público que implican la utilización o desvío de recursos gubernamentales, razón por la cual la corrupción representó casi una cuarta parte de las carpetas de investigación abiertas de la Fiscalía para Delitos Electorales (FEPADE).

Tal situación provocó que luego de las elecciones del año 2017 la mayoría de los mexicanos tuviera la percepción de que se habían cometido fraudes electorales en el Estado de México (69%), Coahuila (60%) y Nayarit (43%) (Rocha Quintero, 2017, p.84), y que se tuviera una

mala impresión de los partidos políticos, con sólo 9 de cada 100 ciudadanos confiando en éstos (Corporación Latinobarómetro, 2017).

1.1.3 Los partidos políticos en la contienda electoral

Los partidos políticos, definidos como “como conjuntos de organizaciones partidistas que compiten y cooperan entre ellas en las arenas electoral y legislativa con el fin de incrementar su poder en el control del gobierno” (Caramani, citado en Díaz Jiménez, 2019, p.38), conforman un sistema democrático en México que busca garantizar la pluralidad y la competencia entre intereses y proyectos políticos diversos.

En las elecciones del 2017, esta pluralidad de intereses fue representada por una oferta política extensa conformada por 9 partidos con registro nacional, 8 partidos con registro estatal y 264 candidatos independientes (INE, 2017, Junio 1, p. 6), la cual sin embargo fue reducida al final de la contienda final a tan sólo cuatro fuerzas que ocuparon los primeros lugares en la captación de sufragios: el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Partido Acción Nacional (PAN), el Partido de la Revolución Democrática (PRD), y el partido Movimiento Regeneración Nacional (Morena).

Estos cuatro partidos, durante las elecciones del 2017, fueron los principales actores políticos que compitieron por el poder de las gubernaturas, diputaciones y ayuntamientos, y quienes a mayor escala participaron en una guerra por el poder simbólico en la búsqueda de la presidencia que sería elegida el año siguiente. Es por ello que a continuación se describe su papel y su desempeño dentro de las elecciones locales en los estados de Coahuila, Edomex, Nayarit y Veracruz.

1.1.3.1 Partido Revolucionario Institucional

El Partido Revolucionario Institucional (PRI) es uno de los organismos “más longevos de la historia del país y el partido que más tiempo ha durado en el poder” (Valdez Morales, 2018). Este organismo, cuya historia comenzó como Partido Nacional Revolucionario (PNR) en 1929, es una de las fuerzas políticas con mayor poder a lo largo del territorio nacional y el autor del régimen hegemónico que caracterizó a México durante el siglo XX.

El PRI en las elecciones del año 2017 luchó por mantener su poder a lo largo del país en medio de una crisis de confianza hacia el partido causada por los diversos actos de corrupción dentro de sus filas, que en el año previo provocó la pérdida de varios de sus bastiones históricos (Durango, Quintana Roo, Veracruz y Tamaulipas), para quedarse con sólo 15 de los 31 puestos gubernamentales a lo largo del país, “su nivel más bajo desde que comenzó a perder gubernaturas hace 26 años” (Robles de la Rosa, 2016).

En los comicios del año 2017 el PRI ganó las gubernaturas del Estado de México y de Coahuila, pero perdió la gubernatura de Nayarit y de 45 de los 93 municipios que gobernaba en Veracruz antes de las elecciones, lo que lo mandó hasta el tercer lugar de fuerza política en esta última entidad.

1.1.3.2 Partido Acción Nacional

El Partido Acción Nacional (PAN) es uno de los partidos de oposición más antiguos del país, el cual tuvo su fundación en 1939 como un organismo de centro-derecha, con una propuesta conservadora basada en el humanismo y en una postulación de la moral y del derecho, como fuente y cauce de la acción política (Bravo Mena, 2014).

Este partido, que gobernó a México durante dos sexenios con los presidentes Vicente Fox Quesada (2000-2006) y Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012), en el año 2016 ya había ganado siete gubernaturas y logrado la alternancia en cuatro estados bastiones del PRI (Montalvo, 2016), por lo cual tenía la esperanza de recuperar el poder político a lo largo del país.

En los comicios del año 2017 el PAN perdió en los estados de Coahuila y el Estado de México, pero ganó la gubernatura de Nayarit junto al PRD así como 112 municipios en el estado de Veracruz, última en la que según analistas el PAN supo aprovechar la crítica generalizada hacia el gobierno del PRI en un contexto de descomposición política, económica y social (Hernández Vicencio, 2018).

1.1.3.3 Partido de la Revolución Democrática

El Partido de la Revolución Democrática (PRD) es una de las instituciones más grandes de la izquierda en México que nació en el año de 1989 como respuesta al régimen priista hegemónico, con una ideología centrada en la protección de “las poblaciones que están más desprotegidas, siempre con la idea de defender los valores nacionales de la soberanía, la autodeterminación y la defensa de los recursos naturales y los derechos humanos de hombres y mujeres” (PRD, 2020).

En las elecciones locales del 2017, este partido se enfrentó a un escenario complicado debido a un proceso de descomposición que se agudizó desde la salida de su antiguo líder Andrés Manuel López Obrador fundador del partido Morena en el 2014, el cual poco a poco se fue llevando sus votos provocando que su preferencia se ubicara por debajo del 3%.

En los comicios del año 2017 el PRD perdió en los estados de Coahuila y el Estado de México, pero ganó la gubernatura de Nayarit junto al PAN, así como 112 de los de los 212 municipios que componen el estado de Veracruz junto a ese mismo partido, volviéndose así el segundo partido de oposición más importante de esa última entidad.

1.1.3.4 Movimiento Regeneración Nacional

El Movimiento Regeneración Nacional (MORENA) es un partido político fundado en el año 2014, que “recupera el proyecto político de Andrés Manuel López Obrador, un líder carismático convertido en el principal activo político de la izquierda mexicana” (Bolívar Meza 2014, p.71), y cuyo liderazgo constituye el centro de gravedad de dicha institución.

Su origen data del año 2010 cuando, agrupando a amplios y diversos sectores de la población en una asociación civil, sirvió como plataforma de apoyo a López Obrador, quien luego de ser derrotado en las elecciones federales de México en el 2012, abandonó al PRD para convertir a MORENA en la cuarta fuerza política más importante del país.

Previo a las elecciones del año 2017, MORENA ya había acumulado algunas victorias y había sabido capitalizar los escándalos de corrupción del gobierno federal, logrando convertirse en el partido emergente más competitivo de México. Su captación de sufragios

hacia el 2017 había acumulado aumentos graduales significativos: del 2014 al 2015 aumentó 2.94 %; del 2015 al 2016 aumentó 13.01 %, mientras que del 2016 al 2017 aumentó 27.28 %; contando en este último año con 1,948,222 votos de un total de 7,140,538 a nivel nacional (Navarrete Vela, 2018, p.165).

En los comicios del año 2017 el partido MORENA perdió en los estados de Coahuila, Nayarit y Estado de México, pero ganó 17 municipios del estado de Veracruz, último en donde se posicionó como una fuerza política importante de oposición, creciendo en votos, logrando su primera capital en el país, y ganando los municipios petroleros de un estado antiguamente dominado por el partido hegemónico PRI.

1.1.4 El escándalo político de Eva Cadena

Los escándalos políticos durante los comicios del año 2017, fueron herramientas extensamente utilizadas por diversos actores políticos con el fin de afectar la reputación y el poder de sus adversarios, por lo cual durante este año, además de los numerosos casos de corrupción ocurridos dentro del partido a la cabeza del gobierno federal, destacaron también aquellos que involucraron al nuevo partido de izquierda, Morena y a su principal líder, Andrés Manuel López Obrador.

Entre estos escándalos, el protagonizado por Eva Cadena Sandoval, quien fuera candidata externa de Morena a la presidencia municipal de Las Choapas, Veracruz, fue aquel que mayor cobertura recibió por la prensa, ya que en una serie de cuatro videos publicados por el Universal entre el 24 de Abril y el 25 de Mayo del 2017, se evidenciaron presuntas operaciones corruptas de la ex-candidata que involucraban a dicho partido de izquierda.

1.1.4.1 El pasado de Eva Cadena

La víctima del escándalo, empresaria y diputada con licencia por el distrito 30 fue durante el transcurso de un mes foco de la opinión pública pues además de ser autora de los actos de corrupción publicados por El Universal, fue una figura con una trayectoria política “marcada por la traición, el fraude, la supuesta compra de espacios políticos tras el asesinato de un

correligionario, y la manipulación de sectores de la izquierda lopezobradorista en Veracruz” (Reséndiz, 2017, abril 30).

Eva Cadena Sandoval, hija de Simón Cadena Torres, ex presidente del PAN en Las Choapas y pionero en la industria del hule en la región, perteneció a diversos partidos políticos durante su carrera. De acuerdo a El Universal (Reséndiz, 2017, abril 30), Cadena comenzó con un paso efímero por las filas del PRI a principios de la década del 2000, para después ser expulsada por no pagar las cuotas del partido y comenzar a realizar trabajo político para el PAN en el 2005.

Fue luego de tres años de pertenecer al partido blanquiazul sin embargo, que renunció a éste debido a la muerte del regidor de Las Choapas, Alfredo Pérez Juárez, a quién según Cadena el ex-alcalde Renato Tronco Gómez del PAN había asesinado (Becerril, 2017, mayo 3). Después de esto, Cadena de nuevo pasó por el PRI entre el 2008 y el 2010 como regidora en la comuna de Antonio Pouchoulen Cárdenas (2008-2010), y posteriormente realizó trabajos para el PRD en el sur del estado durante las elecciones locales del 2010 (Reséndiz, 2017, abril 30).

Durante su carrera, de acuerdo al periódico Excelsior (Becerril, 2017, mayo 3), Cadena no sólo realizó trabajo político para diversos partidos, sino que también fue protagonista de más de un escándalo de corrupción, siendo el primero de ellos un presunto trato ilegal de compra-venta por la regiduría de Las Choapas la cual mantuvo durante el periodo del 2008 al 2010, trato que más tarde fue evidenciado por Orfelina Galindo, quien buscó demandarla por no pagar los 240 mil pesos prometidos por su puesto político.

Dicho acto de corrupción sin embargo no fue castigado, y luego de pasar por tres partidos diferentes, Cadena logró llegar al Movimiento Regeneración Nacional de Andrés Manuel López Obrador en el año de 2016. Gracias a su relación con Lázaro Jorge López, principal promotor de Morena en Las Choapas, Cadena fue incorporada a los trabajos del partido y al participar por la diputación local de la región, le arrebató al mismo Jorge López la candidatura (Reséndiz, 2017, abril 30).

Así, Eva Cadena Sandoval llegó al Congreso del Estado de Veracruz el 5 de noviembre de 2016 donde se hizo presidenta de la Comisión de Medio Ambiente y Cambio Climático, para

sólo tres meses y 16 días después dejar su cargo con el fin de postularse como presidenta municipal de Las Choapas por el partido Morena (Becerril, 2017, mayo 3).

1.1.4.2 El primer video-escándalo

A la mitad de su campaña política del año 2017, Eva Cadena Sandoval apareció en los titulares del periódico El Universal en donde se le calificó de “operadora de AMLO”, y se le acusó de recibir medio millón de pesos en efectivo “con la encomienda de entregarlos al aspirante presidencial y líder nacional de ese partido, Andrés Manuel López Obrador” (Jiménez, 2017, abril 24).

En un video de 3 minutos y 16 segundos publicado por este diario el día 24 de abril se ve a Eva Cadena recibiendo fajos de billetes de una mujer de la cual sólo se muestran las manos y quien manifiesta simpatizar con el proyecto de López Obrador. En un escenario conformado por “una sala en la que se observa un sillón color blanco con cojines y una lámpara encendida” (Jiménez, 2017, abril 24), la diputada local con licencia pedía “una bolsita” para guardar los recursos en efectivo, los cuales se compromete a entregar al líder de Morena cuando visitara Las Choapas.

De acuerdo con El Universal (Jiménez, 2017, abril 24), el video habría sido grabado el 6 de abril del 2017, y la entrega del dinero a López Obrador habría sido durante la gira oficial que este último realizó en Veracruz del 6 al 8 de abril. Incluso, el video muestra imágenes del mitin en donde el líder tabasqueño presenta a Eva Cadena como la representante de Morena en el municipio de Las Choapas.

Posterior a dicho video y respetando el derecho de réplica de la diputada local con licencia, El Universal (“Texto íntegro”, 2017, abril 24) publicó la postura de Eva Cadena Sandoval, en donde a través de una carta dirigida a la opinión pública, la diputada con licencia pidió disculpas por el hecho y declaró haber recibido los recursos como una donación al Movimiento Regeneración Nacional en el hotel Terra Nova de Coatzacoalcos, Veracruz.

De acuerdo a Cadena, los recursos fueron regresados a los mismos emisores en el Hotel Marriot de dicha ciudad luego de “analizar que las donaciones no pueden ser dadas en efectivo” (“Texto íntegro”, 2017, abril 24), por lo cual se declaró inocente de dicho acto de

corrupción y se dijo dispuesta a declarar ante las instancias correspondientes así como acatar la resolución del partido.

Ante este hecho, que Cadena manifestó ser una trampa para golpear y dañar a López Obrador “el personaje que encabeza todas las encuestas a nivel nacional” (“Texto íntegro”, 2017, abril 24), la diputada local con licencia afirmó la declinación de su candidatura a la presidencia municipal de Las Choapas en entrevista para noticias MVS con Luis Cárdenas (“Cometí un error”, 2017, abril 24).

Ese mismo día, en que el nombre “Eva Cadena” se volvió Trending Topic a nivel nacional en la red social Twitter (Trendinalia México, 2017, abril 24), se manifestaron sobre el hecho la secretaria general de Morena, Yeidckol Polevnsky, quien declaró que la candidata “es una diputada que proviene del PAN y no es cercana al tabasqueño” (“Representante de Morena”, 2017, abril 24); el líder nacional de Morena, Andrés Manuel López Obrador, quien aseguró que “le pusieron un cuatro” a Eva Cadena pues “están muy preocupados porque Morena está creciendo mucho” (“Le pusieron trampa”, 2017, abril 24); así como el excandidato de ese partido al gobierno de Veracruz, Cuitláhuac García, quien aseguró que “ese dinero nunca llegó a López Obrador” (“Diputada que recibió” 2017, abril 24).

Sobre el escándalo de corrupción también se pronunciaron ese día sus opositores, el presidente nacional del PAN, Ricardo Anaya Cortés, quien exigió una investigación a fondo de los recursos de López Obrador y aseveró que su homólogo de Morena es un “farsante corrupto” (Alcántara, 2017, abril 24); el dirigente nacional del PRI, Enrique Ochoa Reza, quien señaló que Morena “es la verdadera mafia del poder” y exigió la renuncia de López Obrador (“Morena es la verdadera” 2017, abril 24); el gobernador de Veracruz, Miguel Ángel Yunes Linares, quien indicó que es un tema muy delicado pues la legisladora local actuó en representación de alguien (Ávila, 2017, abril 24); y el expresidente Felipe Calderón Hinojosa, quien señaló que como el Chapo y otros capos López Obrador “maneja puro efectivo” (“Por eso AMLO”, 2017, abril 24).

Debido a el controversial video, dicho asunto llegó a la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE), la cual abrió una investigación con el número de expediente 686/2017, para revisar la violación al artículo 15 de la Ley General de Delitos Electorales de acuerdo al titular de la FEPADE, Santiago Nieto Castillo.

El artículo establece como conductas delictivas el recibir, destinar o utilizar recursos en aportaciones en dinero o en especie en tres modalidades: cuando se trata de recursos de procedencia ilícita, cuando se trata de recursos prohibidos por la ley, que sería el caso concreto, no puede haber un financiamiento más que el establecido por el INE, y la regla de financiamiento privado obliga a que se cumpla con ciertos estándares, formatos y requerimientos del propio instituto, y finalmente, cuando existe un rebase en las aportaciones individuales que puede hacer una persona a los partidos políticos (García y Gómez, 2017, abril 26).

Por su parte, Eva Cadena interpuso una denuncia frente a la Fiscalía General del Estado (FGE) el 26 de Abril del 2017 contra quien resultara responsable de la difusión del video en el que aparece recibiendo medio millón de pesos, ya que según su declaración era víctima de agresiones de género y política, por lo cual solicitó “que la Fiscalía investigue, se dicten los delitos y ponga en resguardo los videos de ambos hoteles donde (...) se entregaron y devolvieron dichos recursos” (Ávila, 2017, abril 26), ante lo cual dicho organismo abrió una segunda carpeta de investigación y solicitó a la Secretaría de Seguridad Pública (SSP) protección para la legisladora quien dijo temer por su vida.

1.1.4.3 El segundo video-escándalo

Posterior a la visita de Eva Cadena a la FGE (por la cual fue criticada al acudir en un vehículo de lujo Mercedes Benz) (“Recaudadora” de AMLO, 2017, abril 26) la excandidata fue expuesta en un segundo video publicado por El Universal la madrugada del 27 de Abril del 2017 en donde, según este diario, se muestra a Cadena recibiendo 10 mil dólares en efectivo y 50 mil pesos “para su campaña”, y de nuevo negociando la entrega de 5 millones de pesos para López Obrador (Jiménez, 2017, abril 27).

Sobre este nuevo video la acusada trató de deslindarse diciendo que ese material había sido manipulado, y declarando en entrevista con el periodista Carlos Loret de Mola que dicho video ilustraba el momento en que ella devolvía los recursos que le habían sido entregados durante el primer video (“Eva Cadena acusa”, 2017, abril 27). Sin embargo, a pesar de dicha declaración, la Fepade sumó esa evidencia a su investigación, respondiendo asimismo a la denuncia interpuesta ese día por Eduardo Aguilar, coordinador general jurídico del PAN, en contra de la ex-candidata de Morena (Sánchez, 2017, abril 28).

Debido a dichas demandas en su contra, la legisladora con licencia fue citada por la Fepade de la Procuraduría General de la República (PGR) con el fin de rendir su declaración por el dinero presuntamente recibido para entregar a Andrés Manuel López Obrador (Sánchez, 2017, abril 27) . Sin embargo, la acusada no se presentó a dicha cita (Sánchez, 2017, mayo 2) y el mismo día en que se venció el plazo para rendir su declaración, un nuevo video fue revelado en su contra.

1.1.4.4 El tercer video-escándalo

El día 2 de mayo del 2017, el tercer golpe contra Eva Cadena fue dado por El Universal, quien reveló en un tercer video el momento en el que la legisladora presuntamente recibía 1 millón de pesos “que le entregan en distintos fajos supuestos empresarios como pago por impulsar una ley a su favor en el Congreso del estado” (Jiménez, 2017, mayo 2).

En dicho video según El Universal, Cadena se encuentra sentada en un espacio cerrado donde solamente se observa una pared blanca de fondo, mientras le explica a su interlocutor que “el dictamen ya está muy bien presentado”, y reconoce que la modificación de la ley fue un compromiso “a modo” de los empresarios, gracias al cual recibe tres fajos de billetes que guarda en su bolsa (Jiménez, 2017, mayo 2).

Ante tal hecho, la Fiscalía General del Estado (FGE) abrió una tercer carpeta de investigación en contra de Eva Cadena Sandoval, esta vez para investigar “un delito cometido por un funcionario público al recibir dinero por modificar una ley” (“Abre Fiscalía”, 2017, mayo 2), lo cual, a diferencia de los presuntos delitos electorales evidenciados anteriormente, podría constituir lavado de dinero.

Sobre esto, la bancada de Morena en la Cámara de Diputados pidió disculpas, se deslindó de la legisladora local, y aseguró que mejorarían los procesos de selección de sus candidatos (Jiménez, 2017, mayo 2b). Además, en voz de la coordinadora de Morena en San Lázaro, Rocío Nahle, hicieron un llamado a la Fiscalía General del estado de Veracruz para solicitar el desafuero de Eva Cadena en el Congreso (Jiménez, 2017, mayo 2b). Dicha acción legal se requirió por la Fepade el día 11 de mayo del 2017, y cinco días después, la Sección Instructora de la Cámara de Diputados inició formalmente el juicio de procedencia para quitarle el fuero a la diputada local de Veracruz, comprometiéndose a realizar el

procedimiento en un periodo extraordinario con el fin de tener el dictamen listo en menos de 60 días (Jiménez, 2017, mayo 16).

1.1.4.5 El cuarto video-escándalo

Días después de que Rocío Nahle pidiera a la Junta de Coordinación Política (Jucopo) que se realizara el proceso de desafuero de Cadena lo más pronto posible (Jiménez, 2017, mayo 11), ésta misma fue acusada de participar en los delitos electorales investigados por la Fepade en un cuarto video que sería el último publicado por El Universal el día 25 de mayo del 2017. En dicho material se expuso de nuevo a Eva Cadena negociando la entrega de 5 millones de pesos más para la campaña de Andrés Manuel López Obrador, y señalando que Rocío Nahle era la operadora financiera del líder nacional de Morena, con quien habría de conectar a su interlocutora para la entrega de los recursos (Morales, 2017, mayo 25).

Como resultado de este último escándalo, la coordinadora de Morena en la Cámara de Diputados respondió que ella no manejaba el dinero de nadie, y acusó que Cadena estaba cooptada por el gobernador panista de Veracruz Yunes Linares, para golpear a Morena por medio de los “videoescándalos” (García, 2017, mayo 25); declarando además en entrevista con Luis Cárdenas en MVS que la hermana del fiscal Winckler de Veracruz era “la señora que oferta el dinero” en los videos, de quién según ella tenía fuentes que así lo comprobaban (“Acusa Rocío Nahle”, 2017, mayo 25). No obstante, dicho señalamiento únicamente provocó que la hermana del fiscal de Veracruz denunciara a Rocío Nahle ante la Procuraduría General de la República “por los presuntos delitos de falsedad, calumnia, difamación y falsa denuncia” (Ávila, 2017, mayo 26).

Más tarde, Eva Cadena se volteó en contra de los militantes de Morena en el Congreso y denunció el uso de recursos públicos en el financiamiento de las giras de López Obrador (Morales, 2017, mayo 31), por lo cual Movimiento Regeneración Nacional a través de su Comisión Nacional de Honor y Justicia resolvió vetar de por vida a Eva Cadena Sandoval de cualquier actividad política o de organización del partido con el argumento de que la ex-candidata de Morena “reflejó su ambición al dinero y no a la búsqueda de causas más elevadas” (Zavala, 2017, julio 19).

“No debió utilizar su cargo como representante popular para beneficiarse, en cambio, estaba obligada a buscar los mecanismos justos, legales y equitativos, benéficos para todo el pueblo de Veracruz y/o para aquellos a quienes se encuentra dirigida dicha ley y no únicamente para un sector de la población” (Zavala, 2017, julio 19).

Por su parte, después de que el Congreso de Veracruz quitara el fuero a Eva Cadena (Ávila, 2017, junio 27), y de que la Sección Instructora de la Cámara de Diputados diera carpetazo a la solicitud de desafuero (Jiménez, 2017, julio 5), el Consejo General del INE finalmente concluyó que el origen ilícito de los cuatro videos los convertía en pruebas nulas del delito electoral (Mauleón, 2018, enero 9), y la PGR resolvió exonerar a la diputada ocho meses después de dicho escándalo, debido a que no pudo acreditar la existencia de delito alguno (Zavaleta, 2018, enero 4).

1.2 La comunicación política en la web

Actualmente los medios de comunicación ocupan un papel central en la política y su influencia se ha visto aún más amplificada debido a la introducción de nuevas plataformas impulsadas por la internet y la web 2.0, las cuales proporcionaron un acceso sin precedentes a la información y democratizaron la participación en una esfera pública más abierta y horizontal.

Debido a las profundas transformaciones en la comunicación política que estos nuevos medios generaron, en el presente capítulo se aborda su surgimiento y su desarrollo en el contexto de la sociedad de la información, sus efectos en la interacción entre políticos, medios y opinión pública, así como sus principales plataformas y mecanismos comunicativos.

1.2.1 La sociedad de la información

En las últimas décadas las tecnologías de la información y de la comunicación se desarrollaron a un ritmo acelerado abriendo nuevos espacios públicos y generando complejos mecanismos de comunicación muy diferentes a los experimentados en épocas pasadas.

Gracias a la introducción de Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC) se dio lugar a nuevas maneras de intercambiar información en un contexto abierto y globalizado, generando una transformación profunda en la cultura y en la política.

Esta transformación que, de acuerdo Angulo Serrano (2010) afectó las maneras de producir y hacer, condicionó las formas de pensar, y transformó las relaciones de los seres humanos con el medio, dio lugar a un nuevo periodo histórico denominado era de la información y a un nuevo entorno comunicativo, llamado “sociedad de la información”.

Este nuevo tipo de sociedad, de acuerdo a Castells (citado en Angulo Serrano, 2010), destaca el enorme valor de la información en la sociedad, ya que en su sentido más amplio, como comunicación de conocimiento, se vuelve fundamental en todas las colectividades:

Lo que caracteriza al momento actual no es simplemente el carácter central de la información, sino la importancia de sembrar conocimiento en las personas a partir de ella, de ahí que la producción, transmisión y recepción de información se convierten en fuentes esenciales de la productividad y del poder (Angulo Serrano, 2010, p.54).

Según William J. Martin y Frank Webster (citados en Estudillo García, 2001), en la sociedad de la información es posible distinguir cinco elementos, el tecnológico, el económico, el ocupacional, el tiempo-espacio y el cultural:

1. Elemento tecnológico: Las tecnologías de la información vienen a modificar las actividades de la estructura social, siendo el factor principal el uso de las computadoras.
2. Elemento económico: El conocimiento y su globalización como creadores de riqueza crean sociedades en donde las mayores y principales áreas de actividad económica son las relacionadas con los bienes y los servicios de información.
3. Elemento ocupacional: El conocimiento se convierte en un modo de producción no material llevando al predominio del empleo en sectores que conciernen principalmente a la creación y el manejo de información.
4. Elemento tiempo-espacio: Las redes de información que vinculan localidades, ciudades, países, regiones y continentes, tienen efectos dramáticos en la organización del tiempo y espacio, haciendo posible la globalización del conocimiento.

5. Elemento cultural: La explosión de datos y símbolos de una sociedad abrumada por los medios de comunicación e información, vuelve a la cultura contemporánea mucho más informativa que sus predecesoras.

Estos cinco elementos pueden ayudar a explicar la transición de una sociedad industrial a una sociedad de la información, en dónde según Estudillo García (2001), “el crecimiento de la industria y los servicios no es ya el ímpetu principal del desarrollo social, y además, está siendo reemplazado por una fuerza todavía no definida, basada en la información” (p.85).

Ya que esta transformación social, económica y cultural se ha basado en el uso de diversos tipos de comunicación satelital, y fundamentalmente en el uso de la internet, a continuación se describe el desarrollo de dichas plataformas de redes, así como su impacto en la comunicación política desarrollada en la presente investigación.

1.2.2 El desarrollo de la Web 2.0

Desde la creación de la internet en los años sesentas como una red experimental para conectar computadoras remotas entre sí (Tsatsou, 2014, p.1), y la posterior invención de la World Wide Web por Tim Berners Lee en 1990, los medios de comunicación digitales dieron lugar a nuevas maneras de intercambiar información en un contexto abierto y globalizado, generando una transformación profunda en la cultura y la política.

A diferencia de los medios de comunicación masiva como la televisión y la radio, la internet se creó como un sistema abierto en donde el control de información, comunicación y actividades de colaboración fue descentralizado y transferido al usuario (Tsatsou, 2014, p.2), característica que otorgó mayor poder a los actores en el proceso comunicativo transformándolos en emisores y receptores activos frente a las audiencias globales.

A partir del desarrollo de la Web 2.0, definida como un conjunto de herramientas y prácticas para la participación y la interacción, en lugar de transmisión y acceso a la información (King, 2014, p.23), se generó un cambio estructural en el proceso comunicativo. En la actualidad, gracias a esta nueva red, la relación entre el emisor y el receptor ya no es lineal ni unidireccional, sino multidireccional.

De esta manera, la Web 2.0 restauró la voz de todos los actores, y re-humanizó a la comunicación, permitiendo la discusión, el debate, y el intercambio de información especializada y de diversas formas simbólicas, creando con ello una plataforma virtual para la expresión de la cultura.

En México en el año 2017 ya existían 71.3 millones de usuarios de esta nueva interfaz comunicativa (IFT, 2018, febrero 20), la cual aumentó un 13.04% hacia el año 2019 (IFT, 2020), mostrando una creciente adopción y uso en diversos aspectos de la cultura. De acuerdo a la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), en el año 2017 las principales actividades de los usuarios de Internet eran obtener información (96.9%), entretenimiento (91.4%), comunicación (90.0%), acceso a contenidos audiovisuales (78.1%) y acceso a redes sociales (76.6%) (IFT, 2018).

Para la web 2.0, este último uso fue uno de los más innovadores en cuestión comunicativa, ya que éstas plataformas sociales abrieron un espacio para la creación y el intercambio de contenido generado por el usuario (Haenlein y Kaplan, 2010, p. 61), y se organizaron primariamente alrededor de personas o en torno a un interés o propósito compartido.

De acuerdo a Gil de Zúñiga (2014), estos medios de comunicación social revolucionaron a la Internet, ya que más allá de ser usados para el consumo de información, estos también fueron empleados como plataformas para crear contenidos únicos y participar políticamente, por lo cual sus usuarios ahora fueron considerados “prosumidores”, concepto que Barrington y McLuhan (citados en Islas Carmona, 2008, p.35) introdujeron en el año 1972 para explicar la revolución tecnológica que permitiría a los usuarios asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos.

Estas redes sociales introdujeron un modelo innovador de comunicación, ya que de acuerdo a Marí Sáez (citado en Hernández González, 2015, p.80) incluyeron atributos como la flexibilidad, al tratarse de plataformas que permiten a sus usuarios ajustar o modificar sus percepciones gracias a la diversidad de la información; la horizontalidad, al no existir una jerarquía asentada en el espacio virtual; la interconexión, al permitir conexiones globales de todo tipo; y la cercanía, al permitir vínculos con grupos o individuos a partir de lazos de identidad.

Compartiendo todas estas plataformas las mismas características, éstas sin embargo se diferenciaron en sus propósitos, brindando todo tipo de experiencias y posibilidades de comunicación a los usuarios. En la actualidad es posible encontrar plataformas enfocadas a la creación de redes profesionales y de negocios como LinkedIn, plataformas que permiten interacciones casuales y personales con amigos como Facebook; y plataformas que ayudan a extraños a conectarse basados en intereses compartidos, opiniones políticas o actividades como Twitter.

Entre todas ellas, Facebook se mantuvo en México desde el año 2017 como la plataforma de redes sociales más usada con el 95% de la preferencia por los usuarios de internet, seguido por Whatsapp (93%) Youtube (72%), Twitter (66%) e Instagram (59%) (Asociación de Internet, 2018), las cuales tuvieron un crecimiento importante potenciado por el uso de smartphones, dispositivos empleados por 8 de cada 10 internautas para acceder a sus redes sociales en el 2017 (Asociación de Internet, 2018).

Dichas plataformas, al extenderse su uso, también modificaron a la comunicación política y enfrentaron a medios masivos, políticos y ciudadanos a nuevas maneras de participar en los procesos electorales, por lo cual estudiar los cambios en sus hábitos de producción, distribución y consumo de información política en las redes sociales resulta necesario.

1.2.3 La comunicación política en las redes sociales

A lo largo de la historia “la comunicación y la información han sido fuentes fundamentales de poder y contrapoder, de dominación y de cambio social“ (Castells, 2008, p.1) y en la democracia hoy son la herramienta más poderosa para la obtención de poder y dominio político.

Al ser los medios de comunicación el espacio en el que se deciden las relaciones de poder entre los actores políticos y sociales rivales, y la base sobre la cual los ciudadanos toman sus decisiones políticas, su importancia en los periodos electorales como el estudiado en la presente investigación se volvió innegable.

Por ello en este apartado se estudia el impacto que los nuevos medios de comunicación como la internet y las redes sociales han tenido en los procesos democráticos, poniendo énfasis en

los cambios en los hábitos de producción, distribución y consumo de información política de los líderes políticos, los periodistas y los ciudadanos.

1.2.3.1 Los políticos en las redes sociales

El surgimiento de la internet y las redes sociales ha significado una oportunidad y un desafío para las figuras políticas, los gobiernos y los candidatos durante los periodos electorales en los que la comunicación se considera el arma más importante para la obtención de poder.

Gracias a la introducción de los nuevos medios, cuyas características ofrecen a los candidatos la posibilidad de comunicarse directamente con sus públicos sin la intervención de los medios de comunicación tradicionales, los partidos políticos han obtenido en sus manos un poderoso instrumento de marketing para la autopromoción, la búsqueda de votos y la descalificación de sus contrincantes durante las campañas electorales.

El uso de estos nuevos medios de comunicación por los líderes políticos se ha plasmado en la historia en momentos significativos, teniendo uno de sus primeros antecedentes en los comicios del año 2008 en los Estados Unidos, en los cuales el candidato Barack Obama se convirtió en el pionero en la comunicación política por Internet, al aprovechar las redes sociales digitales como Facebook, Twitter, Scribd, MySpace y Youtube, así como en el sitio MyBackObama.com como un determinante para su triunfo.

En el caso de México, de acuerdo a Díaz Jiménez y Heras Gómez (2017 julio-diciembre), la Internet se ha utilizado en las elecciones presidenciales desde el año 2000 cuando el candidato Fox Quesada montó un sitio web promoviendo su candidatura; para posteriormente utilizarse en el año 2006 con el envío de correos electrónicos por los candidatos Calderón y López Obrador, y finalmente extenderse su uso con las redes sociales y otras sofisticadas técnicas de marketing político digital en el año 2012.

Gracias al empleo cada vez más extendido de la Internet en las campañas políticas, hoy en día la mayoría de los candidatos locales y nacionales del país tienen un contacto más directo con los electores con el fin de obtener la victoria política. De acuerdo con Norris (citado en Díaz Jiménez y Heras Gómez, 2017) “aquellos que explotan las nuevas tecnologías en formas

novedosas en contra de sus rivales a menudo encuentran que esto les ayuda a ganar nuevos electores o a alcanzar mayor credibilidad entre sus simpatizantes” (p.80).

Sin embargo, cabe resaltar que la presencia de estos políticos en la red de Internet, aunque les da el poder de controlar la información, no les garantiza el poder en las urnas, ya que la Internet es sólo un medio y no un fin, y así como sucede con los medios tradicionales, estas nuevas plataformas sólo son útiles para el incremento de votos en la medida que se usen correctamente (Moguer Terol, 2015, p.222).

1.2.3.2 Los medios tradicionales en las redes sociales

Tal como en el caso de los candidatos políticos que han tenido que adaptar sus estrategias electorales a los nuevos medios de comunicación, los periodistas y las empresas de medios tradicionales también han tenido que adaptarse a los nuevos códigos de la internet en la guerra por el dominio de la información y el poder político.

En un escenario en donde el consumo de los medios tradicionales como la televisión, la prensa y la radio han disminuido un 28% en promedio en los últimos 14 años (Parametría, 2018), se ha vuelto cada vez más necesaria la participación de éstos en las plataformas digitales.

De acuerdo a Rost (2012), para el periodismo, “la Internet significa el factor de cambio más importante de los últimos tiempos” (p.1), pues ha modificado las rutinas de producción, distribución y consumo de noticias para adaptarlas al nuevo estilo de comunicación que presentan los espacios digitales, y en particular, las redes sociales.

Y es que en México la importancia de estas últimas plataformas para el consumo de noticias se ha incrementado gracias al uso cada vez más frecuente de smartphones en el país. Con ocho de cada 10 usuarios de telefonía celular utilizando dispositivos móviles inteligentes, y con el 81.2% de éstos siendo usuarios de redes sociales (IFT, 2019), el consumo de noticias por medio de estas plataformas se ha vuelto una rutina cada vez más habitual. De acuerdo a la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (ENCCA) en el año 2018, el 22% de los mexicanos que consumieron noticias lo hicieron por medio de las redes sociales, en lugar de los medios masivos tradicionales (IFT, 2018).

Así pues, este cambio en el consumo de información periodística, ha cambiado la rutina de trabajo de los medios, quienes en su mayoría hoy en día ya incorporan el uso de las redes sociales en su labor periodística habitual. Tan sólo en el año 2013, ocho de cada 10 periodistas de Estados Unidos ya integraba a las redes sociales en su labor diaria, y más de la mitad de los periodistas (54%) ya usaban microblogs como Twitter para la recopilación de información (Weaver y Willnat, 2018, p. 896).

En la etapa de producción de noticias el uso de las redes sociales por ello también se ha vuelto fundamental. La inmediatez que caracteriza a dichas plataformas es hoy aprovechada por los periodistas en procesos como el monitoreo de contenido, ya que las noticias de último minuto se conocen antes en las redes sociales que en ningún otro medio, especialmente en Twitter, que por muchos se considera como “el ‘espacio natural’ de las breaking news” (Rost, 2018, p.2).

Las redes sociales empiezan a ocupar un puesto importante en las redacciones periodísticas. Se trata de una nueva forma que tiene el periodista de rastrear cuál es la última hora de determinados temas o tomar el pulso sobre lo que interesa o no a los ciudadanos (Herrero-Curiel, 2011, p.1114).

En el proceso de distribución de noticias, por su parte, el uso de las redes sociales se considera incluso un asunto de sobrevivencia, ya que los medios tradicionales se han visto forzados a publicar sus contenidos en estas plataformas para atraer a los lectores que cambiaron a la televisión por su smartphone. De acuerdo a Rost (2012), a menudo el único objetivo de los medios en las redes sociales “es tener presencia para atraer tráfico hacia el sitio” (p.4).

Finalmente, durante el proceso de recepción, etapa que es a menudo subestimada por las empresas de medios, los periodistas se enfrentan a la retroalimentación directa de sus audiencias. Gracias a la estructura horizontal que tienen las redes sociales, durante la recepción, el ingrediente interacción se vuelve un elemento fundamental, pues a diferencia que en otros medios, en estas plataformas “ésta se torna más dialógica, multidireccional y mucho más ágil” (Rost, 2012, p. 5).

Así, los medios de comunicación tradicionales durante los periodos electorales han logrado conservar el poder que antes ostentaban gracias a sus canales masivos como la televisión y la radio, y gracias a su capacidad de adaptación, estos continúan siendo un referente importante de información política para sus audiencias, que ahora también los siguen en sus páginas web y sus cuentas de redes sociales digitales.

1.2.3.3 La opinión pública en las redes sociales

Como se ha vuelto evidente, tanto las empresas de medios tradicionales, como los políticos, se enfrentan hoy en día a una opinión pública mucho más visible y activa que opina e informa sobre los acontecimientos a su alrededor, y que además tiene una mayor participación política, tanto en las redes sociales como en las calles.

Como mencionado anteriormente, las redes sociales también han llegado a modificar el rol de la opinión pública concebida en el modelo de comunicación política de Wolton (1998), pues gracias a estas plataformas se le ha dado voz a una opinión pública más compleja y plural que de antaño era reducida a sondeos o encuestas homogéneas. De acuerdo a Resina de la Fuente y Sampedro Blanco (2010) a través de la Internet cobra vigencia la noción de una opinión pública que “puede reformular e impugnar los retratos que medios, sondeos y urnas proyectan sobre él” (p.144).

Al darle voz a cualquier persona con acceso a Internet, estas plataformas han democratizado y dado igualdad de participación a individuos y grupos antes subrepresentados en los sondeos y usualmente excluidos por los medios masivos de comunicación, para así facilitar la organización de éstos en torno a causas antes ignoradas por las instituciones hegemónicas que controlaban la información.

Gracias a esta capacidad más efectiva de asociarse en grupos con intereses compartidos por medio de la Internet y de las redes sociales, la opinión pública ha logrado un poder político significativo en diversos países. Debido a la libertad informacional de estas plataformas se han expandido las posibilidades de manifestación política de la ciudadanía y según Castells (2008), se ha facilitado el ejercicio del contrapoder, el cual se manifiesta en “la capacidad de un actor social de resistirse y desafiar a las relaciones de poder institucionalizadas” (p.14) a través de movimientos sociales.

Así, el uso de la Internet para la organización de protestas que han derrocado a dictadores en Túnez, Egipto, Libia y Yemen en la llamada primavera árabe, así como para la organización de manifestaciones locales como el “15M” en España, el “Occupy Wall Street” en Estados Unidos, y el “#YoSoy132” en México, han llevado a estudiosos a celebrar una posible ciberdemocracia que según Dader (2001), apenas empieza a insinuar sus más potentes consecuencias (p.50).

Esta transformación comunicativa en la democracia provocada por la Internet y las redes sociales presenta así una opinión pública que se organiza y participa de formas innovadoras que van más allá de la acción política tradicional. En el caso de esta investigación, llaman especial atención los mecanismos de generación de agenda y de enmarcados alternativos por parte de la opinión pública a través de Twitter, ya que ésta es una de las plataformas que mayores oportunidades de organización política ha otorgado a la opinión pública en los últimos años.

1.2.4 La comunicación en Twitter

La plataforma de Twitter creada en el año 2006 por Jack Dorsey de la Universidad de Nueva York, es una red social basada en la estructura del microblogging y la longitud propia de los mensajes instantáneos (SMS). Según Van Dijck (2013), Twitter es una especie de Facebook adrenalizado, que permite a amigos comunicarse entre sí en ráfagas cortas de hasta 140 caracteres de longitud (p.70).

A través de la publicación de mensajes en perfiles personales, Twitter permite la comunicación de usuarios entre sí como lo hacen otras redes sociales, pero a diferencia de plataformas como Facebook o Instagram, ésta posee de un carácter público a nivel global que permite la conversación colectiva en tiempo real y facilita la difusión masiva de noticias, pensamientos e ideas de manera inmediata a lo largo de todo mundo - en donde en el 2017 ya se contabilizaban 328 millones de usuarios mensuales activos (Twitter, 2017, p.3).

Entre las características que vuelven especial a la comunicación dentro de la plataforma de Twitter, Orihuela Aceves (citado en Luna Aceves, 2018) expone diez puntos particulares:

- **Asimétrico:** no existe una relación proporcional entre los seguidores, principalmente porque no hay un acuerdo mutuo para ser contactos. Un usuario puede seguir a otro, pero esto no tiene por qué ser recíproco.
- **Breve:** tan sólo caben 140 caracteres en un mensaje de Twitter.
- **Descentralizado:** el usuario no se cierra en una sola conversación ni ésta se centra en un solo punto, sino que, como la misma naturaleza de internet, forma una red con varios nodos de conexión guiados por el usuario.
- **Global:** el sitio se puede utilizar en todos los países y en cualquier idioma, hay sus excepciones pero por administración gubernamental, no por la plataforma en sí.
- **Hipertextual:** un tuit puede contener imagen, video y enlaces (direcciones de sitios web), tanto a sitios externos, como internos, estos últimos se forman con los hashtag y al mencionar una cuenta con el signo @.
- **Intuitivo:** su dinamismo permite al usuario adaptarse con facilidad, asimismo, la apertura en las conversaciones da pie a que un usuario pueda integrarse con rapidez a la red social.
- **Multiplataforma:** como la mayoría de las redes sociales, Twitter permite enlazarse con diferentes sitios web y utilizarlo desde diferentes dispositivos electrónicos.
- **Sincrónico:** el timeline lleva un ritmo de mensajería a tiempo real, por lo que hay una constante producción de mensajes directamente relacionado con lo que se está viviendo en el mundo.
- **Social:** cada usuario, como en cualquier red social, forma su propia comunidad, misma que se va conectando con otras.
- **Viral:** dada su inmediatez y apertura a nivel mundial propicia el fenómeno de viralización, lo que permite que un tema se vuelva visible en un corto lapso gracias a la repetición de mensajes (p.47).

Además de estas características, de acuerdo a Weller, Burns, Burgess, Mahrt and Puschmann (2014) la comunicación dentro de esta plataforma se genera en tres niveles: en un nivel “macro”, permite conversaciones extendidas hacia una vasta audiencia; en un nivel “meso”, permite conversaciones sobre la vida personal o pública de los usuarios; y en un nivel “micro”, permite conversaciones directas entre usuarios (p.16).

De manera más técnica, para el desarrollo de estos tres niveles de comunicación, Twitter como otras redes sociales se basa en la creación de perfiles personales, en donde los usuarios publican sus mensajes, llamados “tuits”, que pueden contener sólo texto, o incluir enlaces a otros sitios web, fotos, videos, o encuestas.

Estos tuits a su vez pueden ser apoyados por otros usuarios por medio de “likes”, así como compartidos entre sí por medio de “retuits”. Este último mecanismo creado en el año 2009,

permite la difusión de información más allá de los seguidores del usuario original, y, según Kwak, et.al. (2010), permite la réplica y viralización de mensajes casi de forma instantánea.

Por otra parte, en un nivel macro de la comunicación, Twitter también permite la utilización de etiquetas o “hashtags”, los cuales se tratan de un recurso propuesto por el usuario @ChrisMessina en el año 2007, que le da contexto a los tuits, genera audiencias más pequeñas e intencionales, y le otorga a los tuits el potencial de participar en manifestaciones culturales de amplitud considerable.

Cabe mencionar que gracias al uso de los hashtags, Twitter permite a los usuarios generar conversaciones masivas en tiempo real en torno a temas específicos, los cuales, si se vuelven populares durante un corto periodo de tiempo, tienen el potencial de ser incluidos por la plataforma en su lista de “trending topics” o temas tendencia.

De acuerdo a Luna Aceves (2018) dichas tendencias producidas en Twitter “se determinan mediante un algoritmo, y, por defecto, se personalizan de acuerdo con las cuentas que se sigue y la localización geográfica” (p.47), las cuales al ser consultadas por los usuarios, redireccionan hacia una timeline que contiene todos los mensajes que se han producido sobre dicho tema o hashtag.

Esta última herramienta es de especial relevancia dentro de la presente investigación, ya que estos temas tendencia, al ser destacados en una sección privilegiada de la plataforma, promueven su importancia dentro de la agenda pública, y se vuelven a su vez una fuente de información para todos los usuarios.

Gracias a este mecanismo, y a que a diferencia de otras plataformas de redes sociales, Twitter es mucho más libre, amplía y facilita la libertad de expresión al no haber un mediador en sus conversaciones, ésta es una de las plataformas que mayores posibilidades ha abierto para la comunicación política en el mundo.

Además, en México es la plataforma cuya relevancia electoral más ha crecido, con más del doble de los ciudadanos informándose en esta red social sobre los procesos electorales a comparación de hace seis años (Moreno, 2018), por lo cual será de especial importancia para la presente investigación.

Capítulo 2

Los mecanismos de poder en la comunicación

2.1 La teoría del escándalo

Los procesos electorales en la democracia actual han utilizado a los nuevos medios de comunicación y las TICs como herramientas para la obtención del poder, y han aprovechado la visibilidad y alcance en los medios masivos para dañar uno de los recursos más importantes en la política mediática: la reputación.

El fenómeno del escándalo político es para este último propósito el arma más importante, basándose ésta en la nueva política personalizada que observa Castells (2010), en donde destruir a la persona conlleva a destruir al mensaje político central de un sistema, partido o propuesta política.

Si la confianza en la persona es el mensaje, la forma fundamental de nuestra política es la destrucción de la credibilidad y de la fiabilidad de la persona. O sea, es el asesinato de la reputación personal del líder y su entorno. Y eso se consigue mediante la construcción de escándalos en torno a las personalidades políticas mediáticas (Castells, 2010, p.126).

Este instrumento del discurso político que sirve para atacar la legitimidad de los actores políticos ha sido estudiado ampliamente por autores como Thompson (2001) en *El escándalo político. Poder y visibilidad en los medios de comunicación*, obra que a continuación es revisada con el fin de describir las características del escándalo, exponer los diferentes tipos de escándalo político, y finalmente definir sus etapas en los medios de comunicación.

2.1.1 La evolución del concepto de escándalo

El concepto de escándalo tiene una larga y compleja historia en cuyo transcurso han sido modificadas varias de sus connotaciones originales. De acuerdo a Thompson (2001) los orígenes de esta palabra se remontan a la raíz indogermánica *skand-* que significa surgir o saltar, y que en su derivado griego *skandalon* se usó para referirse a la “causa de un tropiezo moral”.

Dicha noción posteriormente fue trasladada al contexto religioso de la teología cristiana para referirse a la culpabilidad de los individuos que les provocaba tropezar y extraviarse en el camino por medio de actos pecaminosos, y posteriormente para referirse a “la conducta de una persona religiosa que provocase el descrédito de la religión o a algo que supusiera un obstáculo para la fe o la creencia religiosa” (Thompson, 2001, p.31).

Con el paso del tiempo, sin embargo, además de tener una connotación religiosa, el concepto de “escándalo” fue utilizado en el siglo XVI, para referirse a “acciones o afirmaciones que fueran injuriosas y difamatorias, acciones, acontecimientos o circunstancias que fueran groseramente indignas, o conductas que ofendiesen los sentimientos morales o el sentimiento de decencia” (Thompson, 2001, p.31).

Es la última de éstas aproximaciones conceptuales, la que según Thompson (2001) se acercó más a la definición actual del término, pues, más allá de implicar una relación entre individuos, implicó una relación entre un individuo o una circunstancia o acontecimiento creado por personas por un lado, y un colectivo social cuyos sentimientos morales habían sido ofendidos por otro lado.

Dicha relación descrita por Thompson (2001) que trasciende el terreno de lo privado para extenderse a lo colectivo, es el fundamento de la definición actual del término “escándalo”, el cual, en palabras del autor, “denota aquellas acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de transgresión que son puestos en conocimiento de terceros y que resultan lo suficientemente serios para provocar una respuesta pública” (p. 32).

2.1.2 Las características del escándalo

El concepto de escándalo en la definición propuesta anteriormente muestra con claridad algunas de las características que lo componen: 1) la transgresión, 2) el conocimiento de terceros, y 3) la respuesta pública provocada; sin embargo, Thompson (2001), en su obra propone cinco aspectos fundamentales que provocan que un suceso se considere un escándalo.

2.1.2.1 La transgresión

La característica más básica sin la cual no podría existir el escándalo es el hecho de que éste implique una acción o un acontecimiento que transgreda algún valor, norma o código moral.

Según Thompson (2001), para que dichas transgresiones se consideren escandalosas éstas deben ubicarse en una zona intermedia de la indecencia, no siendo ni muy insignificantes, ni muy graves, es decir, que sean lo suficientemente serias para generar la desaprobación de terceros pero no alcancen la gravedad de los crímenes atroces (p.33).

Dichas transgresiones deben de ser realizadas en un contexto sociocultural que las considere importantes de acuerdo a sus valores y normas, por lo cual debe de tomarse en cuenta que “lo que se considera como actividad escandalosa en un contexto, puede ser visto como algo bastante normal (incluso normal) en otra parte” (Thompson, 2001,p. 33).

Además, estas transgresiones deben ser realizadas por individuos susceptibles por su grado de visibilidad, tal como lo son aquellos “individuos que en virtud de sus cargos o afiliaciones abrazan o representan ciertos valores o creencias (como los invocados por una organización religiosa o un partido político)” (Thompson, 2001, p.35).

2.1.2.2 La ocultación y su conocimiento público

Una segunda característica del escándalo es el elemento de ocultación de la transgresión, la cual llega a ser conocida por terceros no involucrados en ésta, o involucra a personas que tienen la firme creencia de que dichos actos fueron producidos.

De acuerdo a Thompson (2001) para que una transgresión se considere un escándalo, esta debe pasar del terreno privado al público, implicando por lo tanto: “a) un cierto grado de conocimiento público sobre las acciones o los acontecimientos, b) un público compuesto por no participantes que tienen conocimiento de ellos, y c) un proceso por el que ese conocimiento se hace público o se vuelve visible” (p. 39).

De esta manera, en la mayoría de los escándalos se puede observar una *dramaturgia de ocultación y revelación*, que pone en escena por un lado, a individuos que se esfuerzan en el

desarrollo de sus estrategias de ocultación, y por el otro, a individuos que se afanan por descubrir la verdad.

2.1.2.3 La desaprobación

Como tercer requisito del escándalo, la acción transgresora además de suponer un grado de conocimiento público, éste también debe de provocar “un determinado grado de pública desaprobación” (Thompson, 2001, p. 39)

Para Thompson (2001), ésta desaprobación puede generar, por una parte, un auténtico sentido de agravio, en el cual los individuos perciben las acciones transgresoras como graves atentados a su sentido de identidad y bienestar, y por otra, una suave diversión al contemplar el juicio de un individuo cuya transgresión no se percibe más que como un rasgo rutinario de la vida social.

2.1.2.4 La denuncia pública

Relacionada con la anterior, la cuarta característica del escándalo se refiere a la expresión pública de la desaprobación a través del *discurso infamante* que “prodiga reproches y reprimendas, que refunfuña y condena” (Thompson, 2001, p. 41)

Dicha expresión realizada por terceras personas usualmente a través de los medios, tiene según Thompson (2001) un rol performativo, pues más que describir el estado de las cosas, es una parte constitutiva del estado de las cosas, es decir, de la generación del escándalo.

Para que surja un escándalo, al menos una parte del discurso infamante de los no participantes debe elevarse a la categoría de acto de habla público: es decir, debe expresarse (o manifestarse de cualquier otro modo) de una forma que pueda oírse (o recibirse de cualquier otra manera) por una pluralidad de terceras personas (Thompson, 2011, p. 41).

2.1.2.5 El posible daño a la reputación

La quinta y última característica del escándalo es su posibilidad de dañar la reputación de los personajes involucrados debido a la pública desaprobación moral de su transgresión.

Aunque la reputación no siempre resulta dañada, Thompson (2001) explica que con el escándalo ésta se pone en juego, arriesgando así el poder simbólico que los individuos requieren “para concitar el respeto de los demás y procurar la obtención de sus intereses y objetivos” (p.44).

Debido a dicho riesgo, es que en el escándalo puede desatar “contienda por el buen nombre” emprendidas por los individuos acusados, los cuales, según Thompson (2001), pueden contraatacar de diversas formas, por ejemplo, rechazando llanamente las acusaciones, negando que se hayan vistos envueltos en ellas, mostrando que sus actividades ilícitas estaban justificadas, o reconociendo abiertamente su culpa.

2.1.3 El escándalo político

Los escándalos políticos son de acuerdo a Thompson (2001), “luchas por la obtención del poder simbólico” (p.27) en donde se atacan capitales de un individuo como su reputación, credibilidad y respeto, los cuales son necesarios para el ejercicio legítimo del poder político.

Éste tipo de escándalo “en el que están implicados individuos o acciones localizadas dentro de la esfera política y que tienen una fuerte repercusión en las relaciones que se establecen en dicha esfera” (Thompson, 2001, p.138), puede erosionar los cimientos del poder político ya que según Thompson (2001), amenaza con destruir o perjudicar la credibilidad de los políticos, y con ello, “debilitar o socavar su capacidad para persuadir e influir sobre otras personas, su capacidad para garantizar un vínculo de confianza y hacer que sus palabras se transformen en hechos” (p.146).

Para dicho autor, éstos escándalos pueden ser divididos en tres tipos: a) escándalos sexuales, que implican la transgresión de códigos sexuales, b) escándalos financieros, que implican la mala utilización de los recursos económicos, y c) escándalos de poder, que implican abusos en el ejercicio del poder político (Thompson, 2001, p. 168)

2.1.3.1 Los escándalos político - sexuales

Los escándalos político-sexuales implican la pública revelación de actividades realizadas por figuras públicas “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)

Aunque algunos de estos escándalos pueden implicar la comisión de delitos sexuales (como la pedofilia, la prostitución, etc.) o infracciones legales de segundo orden (como la obstrucción de la justicia), la mayoría sólo deben implicar un algún grado de capacidad moral vinculante para que, al considerarse formas de conducta impropia, produzcan perjuicios a las figuras políticas envueltas en ellos.

Según Thompson (2001), estos escándalos sexuales pueden provocar daños a los políticos, partidos o gobiernos debido a factores como a) la hipocresía, b) los conflictos de interés y c) las transgresiones de segundo orden. El primero de ellos se relaciona con el resentimiento que puede provocar en el público al conocer sobre la transgresión realizada por una figura que “tiene la temeridad de prescribir a otras personas formas de conducta a las que ellos no se adhieren” (p. 175); el segundo, tiene que ver con el riesgo, real o subjetivo, de que el escándalo estallado comprometa la confidencialidad de su puesto, cuestione su imparcialidad, o entre en conflicto con sus obligaciones y responsabilidades; y el tercero, se refiere a la gravedad de las transgresiones de segundo orden que pueden convertir al escándalo en posibles delitos penales.

2.1.3.2 Los escándalos político-financieros

Los escándalos político-financieros se basan en la revelación o la alegación de actividades realizadas por figuras políticas “en las que se aprecia el quebrantamiento de las reglas que rigen la adquisición y la asignación de los recursos económicos” (Thompson, 2001, p.219)

De acuerdo a Thompson (2001), este tipo de escándalos generalmente implican el descubrimiento de vínculos ocultos entre el poder político y el poder económico, los cuales se consideran impropios o incluso ilegales.

Los escándalos financieros que tienen lugar en la esfera política tienen una mayor posibilidad de ir acompañados por la violación de leyes - en este caso, de 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-. De ahí que sea más probable que los escándalos financieros den lugar a una investigación legal (Thompson, 2001, p.169).

En este tipo de escándalos financieros dicho autor distingue cuatro formas: la primera implica la práctica del soborno, o un inadecuado intercambio de recursos económicos para influir en decisiones o resultados políticos; la segunda, implica la práctica del fraude, o la apropiación indebida de fondos públicos para la obtención de un beneficio; la tercera implica la existencia de intereses económicos privados que podrían entrar en conflicto con el cargo público del político; y la cuarta implica varias clases de corrupción electoral y de procedimientos ilegales relacionados con dicho proceso democrático.

2.1.3.3 Los escándalos de poder

Los escándalos de poder se basan en la revelación de actividades que transgreden normas, leyes y procedimientos que regulan la obtención o el ejercicio del poder político. Estos, según Thompson (2001), implican el mal uso o el abuso del poder político como tal.

Los escándalos de poder constituyen la forma más “pura” del escándalo político, en el sentido de que las normas y las convenciones cuya transgresión se encuentran en el epicentro del escándalo político son las normas y convenciones que regulan la forma del poder - esto es, del poder político - que es parte esencial de la esfera política (Thompson, 2001, p.272).

De acuerdo a dicho autor, este tipo de escándalos revelan actividades encubiertas o formas ocultas de poder que transgreden normas y procedimientos de diversos modos, por ejemplo, quebrantando las reglas mediante las que se adquiere el poder, o violando, saltando o pervirtiendo los procesos que regulan el ejercicio del poder.

Ya que en los escándalos de poder se transgreden reglas frecuentemente observadas en la estructura constitucional de los Estados modernos por medio de leyes o prácticas institucionalizadas, Thompson (2001) señala que éstos pueden ser objeto de investigaciones de orden legal, y resultar particularmente perturbadores en las sociedades liberal-democráticas, en donde el ejercicio político legítimo se basa en el imperio de la ley.

2.1.3.4 Los escándalos políticos en la democracia

Los escándalos políticos anteriormente descritos se pueden desarrollar en diversos tipos de regímenes políticos, sin embargo, sistemas como la democracia son particularmente propensos a ellos debido a cinco razones propuestas por Thompson (2001):

1. Los partidos políticos: La política en la democracia se organiza en partidos y grupos de interés en continuo conflicto. En este contexto, el escándalo político se utiliza como un arma poderosa de ataque.

2. Las elecciones: En la democracia el proceso de elección institucionalizado es una condición fundamental. En este contexto, el escándalo político se utiliza como una herramienta que lastima la buena reputación del oponente y ayuda a obtener el éxito electoral.

3. La relativa autonomía de la prensa: En la democracia los medios de comunicación gozan de mayor libertad que en los Estados autoritarios. En este contexto, el escándalo político se produce con mayor facilidad y sin restricciones.

4. El imperio de la ley: En la democracia el ejercicio del poder político se rige por el imperio de la ley. En este contexto, el escándalo político puede ser difundido sin riesgo de represalias de un poder autoritario (pp. 136-138).

2.1.4 El escándalo como acontecimiento mediático

De acuerdo a Thompson (2001) el escándalo es un acontecimiento que se encuentra irremediamente atado al fenómeno de la comunicación. Desde sus primeras apariciones en el ámbito religioso hasta su actual presencia en la política moderna, éste se ha valido de diversos medios que han facilitado su generación, difusión y desarrollo, por lo cual hoy en día es muy difícil separar la naturaleza del escándalo de su naturaleza mediática.

Thompson (2001) retoma a éste fenómeno como constitutivo de una forma específica de escándalo, el “escándalo mediático”, al cual define como aquel cuyas propiedades difieren del escándalo local, y cuyas potenciales consecuencias tienen un alcance completamente diferente.

De acuerdo a este autor, este tipo de escándalo surgido a finales del siglo XVIII gracias a los medios electrónicos de comunicación, se basa en un tipo de publicidad mediática que permite a los individuos emprender acciones y acontecimientos de mayor visibilidad.

Gracias a los medios, la visibilidad quedó separada de la copresencia: cada vez fue más posible que terceras personas vieran, escucharan o tuvieran noticia de lo sucedido con los individuos, acciones o acontecimientos situados en contextos distantes (Thompson, 2001, p.67).

En virtud de una publicidad mediata, según Thompson (2001) este tipo de escándalo logra que las acciones y los acontecimientos que ocurren en su epicentro resulten visibles a los ojos de terceras personas en tiempos y lugares distantes de aquellos en los que sucedieron y de una manera instantánea y duradera.

Los escándalos mediáticos se desarrollan así en un marco espacio-temporal que no tiene un carácter localizado, un marco en el que la información y la comunicación fluyen rápidamente (de una forma potencialmente instantánea), y en el que los contenidos simbólicos pueden quedar fijos en el tiempo y ser reproducidos tantas veces como se quiera (Thompson, 2001, p.104).

Esta característica según el citado autor (2001) provoca que dichos escándalos en la actualidad sean por lo general difundidos rápidamente y sin control pudiendo convertirse en acontecimientos nacionales e incluso globales, y que éstos se sedimenten en la memoria histórica.

Dichos efectos sin embargo son secundarios, pues la mayor importancia de la comunicación mediata ha radicado en que ésta es parcialmente constitutiva del escándalo mismo: la revelación que realizan, las evidencias que exponen, la desaprobación moral que manifiestan, y todos los comentarios que éstos medios publican son parte fundamental del desarrollo del fenómeno mismo.

En este sentido, Thompson (2001) propone que los medios de comunicación intervienen en cuatro fases constitutivas del escándalo: en la fase previa al escándalo, en la fase del escándalo propiamente dicho, en la culminación del escándalo y en las consecuencias del escándalo.

2.1.4.1 La fase previa al escándalo

En la fase previa al escándalo se genera el quebrantamiento de las normas o los códigos morales por el individuo transgresor, y se realizan las investigaciones sobre dicho acto por parte de periodistas, policías u otros profesionales.

En esta fase, se puede observar a los medios de comunicación realizando investigaciones que les conduzcan inesperadamente a sacar a la luz revelaciones de naturaleza escandalosa, o buscando activamente alguna información capaz de generar escándalo.

Según Thompson (2001), es posible que en ésta fase los medios de comunicación publiquen informaciones que más tarde resulten de alguna relevancia en un escándalo, la cual “puede verse desarrollada posteriormente cuando las circunstancias sean más propicias al estallido del escándalo” (p.107).

Además, en ésta fase también se pueden generar habladurías, rumores y chismes entre no participantes que tengan conocimiento sobre las acciones transgresoras con el potencial de convertirse en materia de escándalo.

2.1.4.2 La fase del escándalo propiamente dicho

En la fase del escándalo propiamente dicho se realiza la exposición pública de la transgresión cometida y se inicia el proceso de alegaciones y contra-alegaciones que caracterizan al escándalo.

De acuerdo a Thompson (2001) la pública exposición de la transgresión es el detonante de una escalada de acontecimientos configurados por las revelaciones, alegaciones y denuncias que se despliegan en los medios, últimos sin los cuales el escándalo no podría desarrollarse.

Literalmente el escándalo se desarrolla en los medios, y las actividades de los profesionales y las organizaciones mediáticas, con sus prácticas y ritmos de trabajo particulares, desempeñan un papel crucial. Los medios operan como un dispositivo que enmarca los acontecimientos, concentra la atención sobre un individuo o sobre una supuesta actividad, e impide que esa atención disminuya (Thompson, 2001, p.108).

Los medios de comunicación durante el escándalo se constituyen como el espacio en el que tanto las alegaciones como los desmentidos se desarrollan, volviéndose un campo de batalla en donde los individuos involucrados en la supuesta transgresión luchan contra las organizaciones mediáticas y el resto de las instituciones que les acusan y les critican.

2.1.4.3 La culminación del escándalo

En la tercera fase del escándalo mediático se llega a un punto crítico de la lucha simbólica, en donde se pueden producir la admisión de culpabilidad, dimisión o proceso penal, o por el contrario, el desplome del caso y la disipación del escándalo.

Éste momento del escándalo puede ser representado por los medios, según Thompson (2001), a partir de una puesta en escena espectacular, como sucede cuando se celebra un juicio penal o audiencia pública.

Este acontecimiento que se representa sobre el escenario público puede ser también un “acontecimiento mediático” (...) - es decir una ocasión excepcional que se planea con antelación, se retransmite en directo, interrumpe el flujo normal de los acontecimientos y crea una atmósfera de solemnidad y aguda expectación- (Thompson, 2001, p.110).

Sin embargo, en muchos otros casos en los que las nuevas revelaciones, opiniones o juicios expuestos no reaviven las especulaciones, esta fase de culminación se puede limitar a ser simplemente un periodo de relativa calma en el que el interés del público se desvanece y el escándalo gradualmente se agota.

2.1.4.4 Las consecuencias del escándalo

En la cuarta y última fase del escándalo mediático, los periodistas, políticos, profesionales e incluso los principales implicados en el escándalo, llevan a cabo una reflexión sobre los acontecimientos y sus diversas implicaciones.

De acuerdo a Thompson (2001) la mayoría de dichos comentarios se realizan a través de los medios de comunicación, quienes a su vez aprovechan su propio espacio para exponer un

discurso autorreferente que “concede gran cantidad de tiempo y atención a los acontecimientos que las propias organizaciones mediáticas han contribuido a generar” (p.110).

Además de eso, esta fase del escándalo también se puede caracterizar por la designación de una comisión de investigación que se encarga de revisar el trasfondo de los escándalos, y establecer las recomendaciones que el gobierno o alguna otra institución deba llevar a cabo.

2.1.5 El escándalo como cuento edificante

El desarrollo del escándalo mediático presenta una forma que se asemeja al moderno cuento edificante o el relato popular ya que de acuerdo a Thompson (2001), su relato se centra en las aventuras y desventuras de individuos que llevados por la ambición, cometen transgresiones o delitos que son vergonzosos, censurables e incluso terribles (p.111).

Este tipo de relatos del escándalo son realizados con frecuencia a través de los medios de comunicación y se alimentan del talento narrativo de una gran diversidad de periodistas, profesionales y personajes con acceso a los medios que generan historias cuyos detalles, énfasis y encuadres varían, ofreciendo cada uno su propio y peculiar giro interpretativo.

Es este tipo de narración continua pero indefinida unida al interés humano por el moderno cuento edificante, la que según Thompson (2001), provoca que los espectadores se envuelvan fácilmente en el escándalo, convirtiéndolo a este acontecimiento en una fuente de placer para algunos y en un tema de conversación para muchos.

2.2 Comunicación y poder en la democracia

Definir la forma en la que los poderes son establecidos a través de la comunicación en un sistema como la democracia resulta de gran importancia dentro de la presente investigación pues ayuda a entender la interacción entre los actores que participan de dicho proceso. Por ello, en el presente capítulo se abordarán los diferentes elementos involucrados en los procesos de comunicación en la democracia, como lo son los conceptos de cultura, poder, democracia deliberativa, espacio público y comunicación política.

2.2.1 El concepto de cultura

El estudio de la comunicación que concierne al objeto de la presente investigación, ha sido concebido desde sus inicios como uno que amalgama a diversas disciplinas, paradigmas, y metodologías. Éste se ha fragmentado en diversas direcciones, sin embargo la mayoría de ellas convergen en una corriente que retoma sus bases teóricas más profundas: el estudio de la cultura.

De acuerdo a Giménez (2011), la cultura es un concepto que mantiene una relación directa con la comunicación, gracias a que ésta involucra un proceso de emisión y recepción de significados, y gracias a que la comunicación requiere del entendimiento del universo cultural en el que se ubican sus interlocutores.

Debido a que la cultura se considera una base para la comprensión de los fenómenos comunicativos, en este capítulo se aborda su estudio en relación a la concepción estructural de John B. Thompson (2002).

2.2.1.2 La concepción estructural de la cultura

De acuerdo a Thompson (2002) se puede definir al análisis cultural como el estudio de las formas simbólicas en relación con los contextos en los cuales se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas, por lo cual, desde su concepción se deben tomar en cuenta tanto el análisis estructural interno de las formas simbólicas, como los contextos y procesos estructurados socialmente en los cuales se insertan.

Podemos ofrecer una caracterización preliminar de esta concepción al definir el análisis cultural como el estudio de las formas simbólicas - es decir, las acciones, los objetos y las expresiones significativas de distintos tipos - en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas (p. 203).

Para el análisis de la cultura, esta concepción propuso el estudio detallado de las formas simbólicas, por lo cual para entender mejor la manera en que estas últimas se insertan como

fenómenos significativos en la cultura, el mencionado autor propone el estudio de sus cinco aspectos constitutivos: intencional, convencional, estructural, referencial y contextual.

1. **Aspecto Intencional.** Las formas simbólicas producidas por los humanos son expresiones de un sujeto y para un sujeto que conllevan la intención de comunicar un mensaje.
2. **Aspecto convencional.** Las formas simbólicas utilizadas por los productores y receptores de éstas conllevan un conjunto de reglas, códigos o convenciones de diversos tipos para el intercambio de significados.
3. **Aspecto estructural.** Las formas simbólicas son construcciones compuestas de rasgos estructurales y elementos sistémicos que guardan entre sí determinadas interrelaciones.
4. **Aspecto referencial.** Los elementos de las formas simbólicas siempre ocupan el lugar de un referente, es decir, de objetos, individuos o situaciones fuera de ellas.
5. **Aspecto contextual.** La construcción, difusión y recepción de las formas simbólicas, así como su sentido y su valor, dependen de los contextos y las instituciones que las generan, mediatizan y sostienen.

El último aspecto contextual abordado por Thompson (2002) permite un estudio más detallado de la acción e interacción de los individuos, y ayuda a entender el sentido y la valoración que éstos dan a las formas simbólicas que producen y reciben, por lo cual para entender los contextos sociales, este autor retoma el estudio de tres escenarios espacio-temporales: campos de interacción, instituciones sociales y estructura social.

En primer lugar, el *campo de interacción*, retomado de la obra de Pierre Bourdieu (1977, 1984, 1988, 1990, 1991, citado en Thompson, 2002) se define "de manera sincrónica como un espacio de posiciones y diacrónicamente como un conjunto de trayectorias" (p. 220).

Thompson (2002) explica que las posiciones y trayectorias de los individuos en un campo son determinadas por el volumen y la distribución de tres tipos de recursos o capital: capital económico (dinero y pertenencias materiales), capital cultural (formas de conocimiento o preferencias estéticas y culturales), y capital simbólico (prestigio, reconocimientos, o títulos), los cuales pueden ser usados directa o indirectamente por los individuos para alcanzar sus objetivos particulares.

En segundo lugar, el concepto de *instituciones sociales*, a diferencia del “campo de interacción”, tiene "conjuntos específicos y relativamente estables de reglas y recursos" (p.222), los cuales gobiernan la conducta de los individuos que pertenecen a ellas.

Para Thompson (2002), estos grupos pueden ser de dos tipos: "instituciones específicas" o "instituciones genéricas o sedimentadas", de los cuales se pueden estudiar sus rasgos genéricos o particulares, así como las maneras en que éstos en que se crean y se sitúan en campos de interacción con posiciones y trayectorias específicas que orientan a los individuos.

Finalmente, en tercer lugar la *estructura social*, según Thompson (2002) ayuda a determinar algunos de los factores que estructuran a los escenarios espacio-temporales, - como la distribución de los recursos de diversos tipos, el poder, las oportunidades y las posibilidades de vida - para presentar categorías y distinciones que permitan organizar y esclarecer sus características sistemáticas.

Así, por medio del estudio de los tres escenarios espacio-temporales definidos por Thompson (2002) es posible captar los rasgos sociales de los contextos en los que se ubican los individuos y por medio de los cuales se constituyen su acción e interacción.

De acuerdo al citado autor estos rasgos sociales son importantes en el ejercicio del poder, ya que constituyen la capacidad de actuar de los individuos para alcanzar sus objetivos e intereses. Gracias a los recursos con los que cuentan y a su posición dentro de un campo o de una institución es que los individuos pueden ejercer un determinado nivel de poder y ubicarse dentro de relaciones como dominantes o subordinados.

2.2.1.3 La valoración de las formas simbólicas

Debido a que las formas simbólicas son ubicadas en contextos sociales, éstas son sujetas a complejos procesos de valoración, evaluación y conflicto que dependen de los recursos y la posición que los individuos ocupan dentro de un campo, institución o estructura social.

De acuerdo a Thompson (2002), es posible hablar de procesos de valoración simbólica y procesos de valoración económica: Los primeros, se refieren al valor que las formas

simbólicas adquieren en la medida en que son estimadas por los individuos; y los segundos, se refieren al valor económico que se les da como bienes dentro de un mercado.

Estos procesos de valoración simbólica y económica son a menudo aprovechados por los individuos con el fin de aumentar o reducir ciertos valores simbólicos o económicos, un proceso que para este autor se realiza a través de tres conjuntos de estrategias de evaluación simbólica:

1. Posiciones dominantes: En primer lugar están las estrategias de valoración empleadas por los individuos que ocupan posiciones dominantes con acceso privilegiado a recursos y capital de diversos tipos:

- Diferenciación: atribuyen un alto valor simbólico a bienes inaccesibles para la mayoría con el fin de distinguirse del resto.
- Burla: califican como torpes o poco refinadas a las formas simbólicas producidas por los grupos subordinados.
- Condescendencia: elogian de manera humillante a las formas simbólicas producidas por individuos en posiciones subordinadas (Thompson, 2002, pp. 234- 235).

2. Posiciones intermedias: En segundo lugar se encuentran las estrategias de valoración empleadas por los individuos en posiciones intermedias con gran cantidad de capital económico pero baja cantidad de capital cultural, o a la inversa:

- Moderación: valoran de manera positiva bienes que saben a su alcance, por encima de aquellos que les son inaccesibles.
- Presunción: fingen una posición superior a partir de la producción de formas simbólicas con características dominantes.
- Devaluación: desprestigian las formas simbólicas producidas por los individuos o grupos dominantes para situarse por encima de éstos (Thompson, 2002, pp. 236 - 237).

3. Posiciones subordinadas: Por último, se encuentran las estrategias de valoración empleadas por los individuos en posiciones subordinadas quienes cuentan con cantidades reducidas de capital de diversos tipos:

- Viabilidad: asignan un mayor valor a objetos que son prácticos en su diseño y funcionales en la vida diaria con el objetivo de sobrevivir.
- Resignación respetuosa: respetan las formas producidas por individuos en posiciones superiores a ellos pues las consideran como inevitablemente mejores.
- Rechazo: ridiculizan las formas simbólicas producidas por los individuos en posiciones superiores para afirmar el valor de sus propios productos y actividades (Thompson, 2002, pp. 237 - 238).

Cada una de las anteriores estrategias de evaluación simbólica usadas por los individuos de acuerdo a sus posiciones en sus campos de interacción, pueden ser alteradas por las posiciones que éstos ocupen en ciertas instituciones orientadas hacia la asignación de valores económicos o hacia la renovación de valores simbólicos.

Es por estos complejos procesos de valoración simbólica desarrollados en la cultura, que una concepción estructural que retome tanto las características de las formas simbólicas como los contextos en los cuales se insertan se vuelve una base importante para la comprensión del fenómeno estudiado en la presente investigación.

2.2.2 El concepto de poder

De acuerdo a Thompson (1998) en su obra *Los media y la modernidad*, el poder es definido como “la capacidad para actuar de acuerdo a la consecución de los propósitos e intereses de cada uno, la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos y afectar a sus resultados” (p.29) dependiendo de los tipos y cantidades de recursos que cada individuo acumule en sus campos de interacción.

Según este autor, el poder puede ser acumulado por los individuos o por las instituciones como el Estado y es considerado como una capacidad presente en los diferentes tipos de acción y encuentros “desde las acciones políticas visibles de los representantes del Estado, hasta el mundano encuentro de individuos en la calle” (Thompson, 1998, p.29).

Thompson (1998) distingue cuatro tipos principales de poder: el económico, el político, el coercitivo y el simbólico, los cuales “reflejan los diferentes tipos de actividad en los cuales

los seres humanos están implicados con frecuencia, y los diferentes tipos de recursos que emplean en el ejercicio de poder” (p.30).

En primer lugar, el poder económico se refiere a la actividad humana productiva que implica el uso y la creación de recursos financieros como las materias primas, los instrumentos de producción, los productos perecederos y el capital financiero, los cuales, al ser acumulados por individuos u organizaciones, tienen “el propósito de expandir su actividad productiva, y al mismo tiempo, sirven para incrementar su poder económico” (Thompson, 1998, p.31).

En segundo lugar, el poder político es aquel que “procede de la actividad de coordinar a los individuos y regular los patrones de su interacción” (Thompson, 1998, p.32) y es comúnmente identificado en las instituciones como el Estado, el cual, a su vez constituye su poder en un sistema de autoridad dependiente de los poderes coercitivo y simbólico.

El Estado puede utilizar distintas formas de coerción - esto es, el uso efectivo o la amenaza de la fuerza física - con el fin de defender el ejercicio del poder político, tanto si se tratara de conquistar o amenazar el exterior, como si se tratara de paliar un desorden o desobediencia interna. La autoridad del Estado también puede ser defendida mediante la difusión de formas simbólicas que persiguen cultivar y sostener una creencia en la legitimidad del poder político (Thompson, 1998, p.32).

En tercer lugar, el poder coercitivo se refiere a aquel que “supone el uso, o la amenaza de utilizar, la fuerza física para someter o vencer a un oponente” (Thompson, 1998, p.33) y puede consistir del uso de recursos como la fuerza bruta humana, o de armas y equipo empleados a través del entrenamiento, táctica, inteligencia y planificación. Las instituciones más notables para la acumulación de recursos de este tipo son las militares, las cuales son usadas por los Estados “tanto para servir al propósito de la defensa exterior y la conquista, como para pacificar y controlar el interior” (Thompson, 1998, p.33).

En último lugar, el poder simbólico, de acuerdo a Thompson (1998), es aquel que “procede de la actividad productiva, transmisora y receptora de formas simbólicas significativas” (p.33), con el propósito de intervenir en el transcurso de los acontecimientos y desencadenar consecuencias de varios tipos, por medio de tres tipos de recursos designados por Thompson como “medios de información y comunicación”:

Estos recursos incluyen los medios técnicos para la fijación y la transmisión; las habilidades, competencias y formas de conocimiento empleados en la producción, la transmisión y recepción de información y contenido simbólico (lo que Bourdieu llama “capital cultural”); y el prestigio acumulado, reconocimiento y respeto otorgado a determinados productores e instituciones (“capital simbólico”) (Thompson, 1998, p. 34).

Entre las instituciones que ostentan este poder simbólico, y que según Thompson (1998) han asumido un papel histórico particularmente importante en la acumulación de los medios de información y comunicación, se destacan las instituciones religiosas, las instituciones educativas y las instituciones mediáticas, las cuales “han dado forma a las maneras en que la información y los contenidos simbólicos son producidos y puestos en circulación en el mundo social” (p.35).

Estos cuatro tipos de poder sirven como una estructura de referencia para el análisis de las organizaciones sociales, no constituyendo sin embargo una clasificación rígida de los poderes, ya que cada uno de ellos pueden llegar a comprender distintos tipos de recursos y sus instituciones pueden ofrecer las estructuras necesarias para diversos tipos de acumulación de poder.

En el caso de la presente investigación, esta clasificación de poderes resulta de utilidad ya que presenta la base sobre la cual se pueden estudiar los procesos políticos desarrollados en la democracia, un sistema que para Thompson (1998) se ha vuelto “la única idea capaz de garantizar el ejercicio legítimo del poder político” (p.320).

2.2.3 La democracia deliberativa

La democracia es un concepto que resulta imprescindible para entender las formas de legitimación del poder político en nuestros tiempos, ya que desde la era moderna éste fue retomado como un principio clave para la organización del poder político de los Estados-Nación.

Ya que se trata de un sistema político que ha sido reinterpretado, implementado y adaptado a través de los años desde su origen en la Atenas del siglo VI, la democracia hoy se ha alejado

de su propósito original, por lo cual para su estudio es necesario retomar las ideas de John B. Thompson (1998), quien propone un modelo político visto desde los ojos de la modernidad.

De acuerdo a este autor en su obra, *Los media y la modernidad*, hablar de la democracia había significado hasta hace poco hablar de un sistema que lejos de buscar el autogobierno de los ciudadanos buscaba únicamente asegurar el control de los gobernantes sobre los gobernados con un gobierno representativo, cuyas características amenazaban con socavar la verdadera legitimidad que la idea de la democracia parecía otorgar (p.321).

Ante tal escenario, y lejos de la idea utópica de la “democracia directa y participativa” inspirada en el modelo clásico de las *polis*, dicho teórico propone la idea de una “democracia deliberativa” que en la era moderna supone un sistema en el que la legitimidad de las decisiones políticas proceden de un proceso de deliberación generalizado.

Por democracia deliberativa quiero expresar una concepción de la democracia en la que se trata a todos los individuos como agentes autónomos capaces de formar juicios razonados a través de la asimilación de información y diferentes puntos de vista, y que institucionaliza una variedad de mecanismos para incorporar los juicios individuales en un proceso de toma de decisión colectivo (Thompson, 1998, p.327).

De acuerdo a Thompson (1998) en dicho sistema la deliberación se considera un procedimiento crucial ya que, a través de sopesar diversos argumentos y distintos puntos de vista expresados por los otros los individuos, forman un juicio razonado y dan forma a sus voluntades para luego tomar decisiones políticas por medio del voto que “proporciona un índice, en ciertos momentos, de los puntos de vista de los individuos implicados” (p.328).

A diferencia del modelo participativo que presupone una comunicación dialógica, la idea de la democracia deliberativa conlleva un proceso de toma de decisiones que puede ser facilitado por la “casi-interacción mediática”, la cual provee a los individuos de diversas formas de conocimiento e información, y que con ello estimula “la deliberación tanto, o más, que la interacción cara a cara en un lugar compartido” (Thompson, 1998, p.329).

Gracias a esta casi-interacción mediática, enzarzarse en un proceso de deliberación no requiere de la reunión de los individuos en un lugar común, ni presupone que las asambleas de ciudadanos sean el único forum legítimo o más apropiado para la deliberación, sino que

por el contrario, permite que los sujetos se involucren en las discusiones políticas a través de los mecanismos facilitados por las instituciones mediáticas.

Por esta razón, el papel de las empresas de medios de comunicación desde la era moderna se percibe como uno de vital importancia y se propone como fundamental para la democracia deliberativa, pues de acuerdo a Thompson (1998), éstos “son los principales medios a través de los que los individuos adquieren información y encuentran diferentes puntos de vista en materias sobre las que se espera lleguen a juicios razonados” (p.330).

En esta misma línea, sin embargo, Thompson (1998) precisa que para el correcto desarrollo de la democracia deliberativa, el cultivo de la diversidad y el pluralismo de dichos medios es necesario, pues de no garantizarse el discernimiento a base de puntos de vista encontrados el sistema político no podría prosperar.

Al asegurar las condiciones bajo las que el poder puede ser desafiado y una diversidad de puntos de vista ser expresados, el principio de pluralismo regulado ofrece parte de la estructura institucional dentro de la que la idea de democracia deliberativa puede llevarse a cabo (Thompson, 1998, p.330).

Por esta razón, el surgimiento de medios de comunicación como la Internet, que permiten la participación de públicos usualmente marginados, han abierto la discusión sobre las posibilidades de la democracia deliberativa en nuestros tiempos, cuyos beneficios se potencian con la apertura de espacios descentralizados, que como se expresa en la sección siguiente, fomentan una mayor participación democrática en la vida social y política de los estados modernos.

2.2.4 El espacio público

El concepto de espacio público se ha desarrollado a lo largo del tiempo y se ha modificado según autores como Jean-Marc Ferry (1998), debido a los cambios generados en las nociones entre lo público y lo privado, los actores participantes y el tipo de discursos que en ellos se intercambian.

De acuerdo a este autor en su obra *El nuevo espacio público*, la primera concepción sobre este concepto fue la originada en el contexto griego clásico, en donde éste se refería a un

lugar físico en el que los ciudadanos se reunían para debatir asuntos relacionados al gobierno de la ciudad, una época en donde, según Ferry (1998) “la esfera pública se idealiza como un reino de la libertad (...) que se expresa en un derecho igual, para todos los ciudadanos, a participar directamente en los asuntos públicos” (p.14).

Más adelante, según este autor, con el desarrollo de las ideas de la ilustración el “espacio público burgués” estudiado por Habermas (citado en Ferry, 1998) fue concebido como una reunión de individuos privados que podían manifestar sus ideas de forma abierta y sin restricciones. De acuerdo a Ferry (1998), esta manifestación de la esfera pública se dio en salones, cafés y clubes en donde las personas particulares se reunían para intercambiar sus experiencias, primero, enfocadas en la literatura, y posteriormente, relacionadas con cuestiones políticas, las cuales adquirieron su fuerza en la crítica instruida por la moral, y buscaron impugnar el principio absolutista: la verdad y no la autoridad hace la ley.

En un tercer momento, sin embargo, el espacio público se transformó debido al surgimiento de la democracia de masas, por lo cual, a mediados del siglo XIX, la “opinión pública” dejó de referirse a la opinión racional de la ilustración, para designar ahora a una masa segmentada de opiniones con intereses divididos y conflictivos.

La representación democrática entonces comenzó a ponerse en tela de juicio, y se generó, de acuerdo a Ferry (1998) una “nueva feudalización del espacio público; avasallamiento de la opinión pública por medio de los partidos, los sindicatos, las asociaciones y todo cuerpo intermedio” (p.18), desdibujándose con ello la voluntad general en el sinnúmero de opiniones desagregadas y polivalentes de la sociedad masiva.

Es en esa era moderna, caracterizada por el surgimiento de la sociedad de los medios, en que el espacio público se redefinió entonces como “el marco ‘mediático’ gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades posindustriales es capaz de presentar a un ‘público’ los múltiples aspectos de la vida social” (Ferry, 1998, p.19).

De acuerdo a Thompson (1998), con el surgimiento de los medios masivos como la televisión durante la era moderna, se generó “una nueva forma de propiedad pública, comprometiendo un tipo de visibilidad distintiva, completamente diferente de la propiedad pública tradicional

basada en la co-presencia” (p.175), la cual abrió un espacio no-localizado, no-dialógico, e indeterminado para la expresión y la recepción de las formas simbólicas.

Dicho espacio, ya abierto a la semi-presencia, sin embargo se expandió aún más con el surgimiento de la Internet, para enfrentarse a un mundo globalmente interconectado e interdependiente, que permitió incrementar la pluralidad, la cual Thompson (1998) considera una característica capaz de “dispersar el poder centrífugo y centrípeto, creando múltiples centros de poder y redes diversificadas de comunicación y flujo de información” (p.331).

Esta pluralidad incrementada gracias al surgimiento de una opinión pública discursiva, independiente de los medios de comunicación y expresada más allá de los sondeos y las encuestas generalistas de la opinión pública agregada, generó la necesidad de replantear la visión tardo-moderna de una única esfera pública planteada por autores como Ferry (1998), para de esta forma también considerar la existencia de “públicos subalternos” que “más allá de rescatar sus visiones del mundo, crean oportunidades de debatirlas y reinventarlas” (Resina de la Fuente y Sampedro Blanco, 2010, p. 151).

Así, en este trabajo se propone la concepción de no una, sino varias esferas públicas: una central y mayoritaria, “dominada por las instituciones más asentadas de la sociedad civil y que genera debates cohesionadores y formalizados” (Sampedro Blanco, 2000, p.42), nutrida de otras muchas periféricas y minoritarias, que contrarrestan las exclusiones posibles de la esfera pública central.

Para Sanpedro y Resina de la Fuente (2010), la esfera pública común (EPC) que constituye la esfera central, es aquella que tiende al consenso y a consentir el poder asentado, y que se caracteriza por la homogeneidad y su poca apertura a la comunicación horizontal; mientras que las esferas públicas periféricas (EPP), son aquellas compuestas por los distintos colectivos y comunidades de la sociedad civil, y que se caracterizan por ofrecer incentivos a la participación de una forma más dinámica y directa.

Las diferencias entre ambos tipos de esferas públicas se evidencian en sus tipos de estructura, representación e interacción, características que Dahlgren (citado en Resina de la Fuente y Sampedro Blanco, 2010) describe en su obra *The Internet, Public Spheres, and Political Communication*:

- a) **Estructura:** En la EPC percibimos más límites, regulación y control, tanto en el plano jurídico-político como en el económico. En cambio las EPP despliegan autogestión, coparticipación y prácticas colaborativas o de intercambio.
- b) **Representación:** Las EPP arrojan mayor pluralismo de voces, tendencias ideológicas y diversidad de agenda que la EPC.
- c) **Interacción:** La interacción de los públicos proactivos de las EPP - inmersos en un proceso constante de deliberation entre sí y los representantes de la opinión pública agregada - destaca frente a las audiencias reactivas de las EPC, cuya participation digital en medios y partidos tiende a articularse como una vía mas de lucro corporativo, un simulacro o un fraude. (p. 151)

Cabe destacar que con la llegada de la Internet, la proliferación de las esferas públicas periféricas se volvió cada vez más grande, por lo cual hoy se puede hablar de un proceso de apertura que rescata los discursos de diversos públicos, para así permitir una comunicación política más abierta que facilita el desarrollo de la democracia deliberativa.

2.2.5 La comunicación política

A pesar de ser una herramienta cuyo uso se remonta a las primeras formas de gobierno establecidas por los seres humanos, la comunicación política como concepto y como área de estudio tienen una historia relativamente joven, encontrándose sus primeras investigaciones a inicios de la segunda mitad del siglo pasado.

Aunque según Wolton (1998), hacia los años 50s ya habían existido muchos vocablos que habían designado a dicha actividad dedicada al intercambio de los discursos políticos - las más de las veces recibiendo una connotación poco laudatoria, y hasta crítica, como aquellos que la identificaron con la propaganda -, fue hasta la segunda mitad del siglo XX en que ésta surgió como una disciplina que estudió al papel de la comunicación en la vida política en un sentido lato.

De acuerdo a Del Rey (citado en Morales y Gómez et al., 2011), el desarrollo de la comunicación política como concepto se generó gracias al auge de la prensa de masas, de la radio y del cine, los cuales “no sólo suponían tecnologías al servicio de la información (...) sino también posibilidades para la propaganda y el adoctrinamiento político, cuya eficacia y

alcance urgía investigar” (p.88), de esta forma enfocando una parte importante de su estudio en los medios de comunicación masiva.

Gracias a los trabajos de Lazarsfeld, Lewin, Houland y Lasswell (citados en Morales y Gómez et al., 2011), los cuales enfocaron su investigación en los medios de comunicación y sus efectos en los electores, los problemas de comunicación en los grupos sociales, el análisis de la nueva retórica de la persuasión, y la propaganda política y las técnicas de análisis de contenido respectivamente, se avanzó en el reconocimiento de la comunicación política como un área de estudio por la Asociación Internacional de Comunicación en el año 1973, y se incrementó el intercambio académico sobre esta materia.

Sin embargo, desde entonces y hasta la fecha, la comunicación política como concepto sufre de una falta de consenso respecto a su definición, ya que debido a la gran extensión de su campo se estudia a la luz de diversas perspectivas, conformando una materia interdisciplinaria que combina fundamentos teóricos, filosóficos y metodológicos de ciencias como la comunicación, la política, la historia, la psicología, la sociología y la cultura.

Es por ello que en un esfuerzo por evitar la exagerada amplitud de una definición que considere a la comunicación política como “toda comunicación que tiene por objeto la política” (Wolton, 1998, p.30), en el presente trabajo se retoma la propuesta de Wolton (1998), la cual, aunque basada en las características de la modernidad, puede ser hoy retomada como la base para comprender los procesos comunicativos que tienen como objeto al poder en los sistemas democráticos.

En su definición Wolton (1998) reconoce a la comunicación política como “el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos” (p. 31), considerando de esta forma a las tres dimensiones y discursos generados en dicho espacio, que son “la ideología y la acción para los políticos, la información para los periodistas y la comunicación para la opinión pública y los sondeos” (p. 36).

Gracias a esta propuesta conceptual es posible comprender a la comunicación política como una interacción conflictiva o un enfrentamiento generado entre los tres tipos de actores

influyentes en la democracia, quienes, según Wolton (1998), buscan dominar la interpretación política de la realidad con sus discursos particulares, y vierten en la esfera pública “los argumentos, los pensamientos y las pasiones a partir de los cuales los electores eligen” (p.36).

Siguiendo a Wolton (1998), entender a la comunicación política desde dichos actores políticos presenta diversas ventajas, entre ellas, que se amplía la perspectiva clásica del concepto al estudiar las relaciones entre tres actores y no sólo entre dos como era usual; que se resalta la importancia de la opinión pública expresada mediante los sondeos (y ahora también de forma discursiva por medio de los medios digitales); que se define el carácter conflictivo de la comunicación política como un requisito para su reconocimiento; que se resalta la íntima relación entre política y comunicación destacando la importancia de esta última en la democracia; y que se reconoce a la comunicación política como un dispositivo fundamental para el ejercicio de la democracia.

Gracias a esta definición que considera la intervención de los tres actores como un requisito de la comunicación política, es que se puede entender el proceso de deliberación de la democracia y los procesos de legitimación que se utilizan en la búsqueda del poder político.

2.2.6 La legitimación del poder

En la teoría política han existido diversos autores que han desarrollado de manera profunda el tema de la legitimidad en la democracia y que han propuesto definiciones complementarias sobre dicho concepto en el marco de los Estados modernos. Entre estos, aún en nuestros días salen a la luz los nombres de Max Weber (1922) y Junger Habermas (1976), quienes crearon las bases más importantes para el estudio de la legitimidad en sus obras escritas a finales del siglo XX.

En primer lugar, Max Weber (1922), en su obra *Economía y Sociedad* definió el concepto de legitimidad como “una creencia de los dominados en hacerse sumisos a la autoridad, lo cual asegura la capacidad de ésta para hacer cumplir sus decisiones” (citado en Rúa Delgado, 2013, p.93).

Según Weber (citado en Rúa Delgado, 2013) las relaciones de dominación se pueden establecer y sostener al representarse como legítimas, es decir, como justas y dignas de

apoyo, a través de ciertos principios que pueden ser racionales, tradicionales o carismáticos, y que se basan en las creencias de la legalidad del orden estatuido, de la santidad de las tradiciones, o de la ejemplaridad de una persona para ejercer la autoridad respectivamente.

De acuerdo a este autor, todas estas motivaciones pueden influir en la obediencia de los dominados ante la autoridad, sin embargo la motivación más estable y legítima es la que se funda en los motivos jurídicos, - en la cual no se obedece directamente a la persona que detenta el poder, sino a la regla instituida - en virtud de que “en las relaciones entre dominantes y dominados, (...) la conmoción de esa creencia en la legitimidad suele, por lo regular, acarrear graves consecuencias” (Weber, citado en Rúa Delgado, 2013, p.93).

Esta dominación legítima en la obra de Weber (citado en Rúa Delgado, 2013) se basa en el derecho positivo en donde el Estado moderno rige a sus gobernados sólo en virtud de la decisión tomada por la autoridad, sin ofrecer sin embargo una explicación clara sobre los criterios de validez que sostienen a su legitimación, razón por la cual su teoría resulta incompleta.

En segundo lugar, se encuentra Junger Habermas (1976), quien basado en las ideas de Max Weber, propone en su obra *La reconstrucción del materialismo histórico* una definición de legitimidad que no sólo se limita a la descripción de sus diversas formas, sino que se pregunta por un posible criterio normativo para juzgar las pretensiones de su validez.

Por legitimidad entiendo el hecho de que un orden político es merecedor de reconocimiento. La pretensión de legitimidad hace referencia a la garantía -en el plano de la integración social- de una identidad social determinada por vías normativas. Las legitimaciones sirven para hacer efectiva esa pretensión, esto es; para mostrar cómo y por qué las instituciones existentes (o las recomendadas) son adecuadas para emplear el poder político en forma tal que lleguen a realizarse los valores constituidos de la identidad de la sociedad (Habermas citado en Pamplona, 2001, p.194).

En su definición sobre este concepto, Habermas retoma la idea de que la legitimidad de un poder está indisolublemente ligada a un proceso de comunicación, que en condiciones pragmáticas ideales y desde la pureza del procedimiento democrático, permite la construcción de un consenso racional para la producción del contenido normativo justo de una sociedad.

De acuerdo con esta concepción “la legitimidad exige, más allá de la legalidad, el consenso o la aceptación de los participantes afectados” (Dussel, 2006, agosto, 22), en un procedimiento en donde todos “hayan podido participar simétricamente, con razones y no con violencia, y hayan llegado a aprobar algo que gane la aceptación de todos o al menos de una mayoría determinante” (Dussel, 2006, agosto, 22).

Por esto último, esta definición de legitimidad habermasiana se vuelve el sustento más importante del sistema democrático deliberativo actual, en donde la legitimación, si bien no resulta de un diálogo directo entre todos los miembros de una sociedad, sí permite la generación de una discusión política amplia a través de los medios de comunicación.

Ya que la comunicación en el sistema de la democracia se vuelve fundamental, en este contexto cobran especial importancia los discursos políticos, los cuales pueden ser definidos como “una forma compleja de la actividad humana en la que las realidades políticas y sociales se construyen a través del lenguaje” (Chilton y Schäffner citados en Fuica González, 2013, p.40), y que abarcan aquellas acciones lingüísticas que involucran al poder o su opuesto, la resistencia.

Este discurso político, según Chilton y Schäffner (2001), cumple funciones estratégicas específicas relacionadas con el poder, como son las de la coerción, la resistencia, oposición y protesta, los encubrimientos, y legitimación/deslegitimación, siendo estas últimas las de mayor interés en la presente investigación.

Para Chilton y Schäffner (2001), la función última de la legitimación y deslegitimación en el discurso, establece el derecho a ser obedecido a partir de diversas técnicas lingüísticas que incluyen “argumentos sobre los deseos de los votantes, principios ideológicos generales, la proyección de un liderazgo carismático, el alarde sobre los propios logros, y la autopercepción positiva” (p.306), así como diversas técnicas de deslegitimación que, a través de la utilización de ideas de diferencia y fronteras, o actos del habla como culpar, acusar o insultar, se ocupan de presentarse negativamente a los otros (extranjeros, "enemigos internos", oposición institucional, oposición no oficial).

Se entiende de esta manera que dicho proceso discursivo tiene como trasfondo una conceptualización discursiva binaria, en donde el “nosotros” siempre se presenta de una

forma positiva, y el “ellos”, siempre de una manera negativa (Van Dijk, 1997), por lo cual se concluye que los procesos de legitimación implican simultáneamente procesos de deslegitimación en el discurso.

2.3. Teorías de la comunicación: agenda setting y encuadre

El estudio del poder político y su relación con el poder simbólico previamente desarrollado ha dejado clara la importancia de observar el papel de los medios de comunicación como espacios para la deliberación política durante los procesos democráticos.

Ya que como lo expresa el sociólogo Castells (2009) “el poder se basa en el control de la comunicación y la información“ (p.23), en el presente capítulo se estudian los mecanismos que los actores políticos emplean a través de los medios de comunicación para influenciar las visiones de la realidad por medio de las cuales los electores eligen.

Para este propósito se describen los procesos de agenda setting y framing desarrollados en los medios de comunicación actuales y que influyen de forma directa en las guerras por el poder en la democracia.

2.3.1 Teoría del agenda setting

El agenda setting o el establecimiento de agenda es un mecanismo de poder con un impacto significativo dentro de la democracia, el cual según Dorantes (2008) explica por qué la información de algunos temas, y no de otros, está disponible al público, cómo se moldea la opinión pública, y a qué se debe que sólo algunos asuntos se traduzcan en acciones de política pública (Dorantes, 2008, p.79).

Debido a que en la democracia “la primera y más relevante de las decisiones del gobierno es la que concierne a la elección de sus asuntos y prioridades de acción” (Dorantes, 2008, p.79), la formación de la agenda con los temas más importantes del momento se convierte en el arma política más empleada por los individuos o los grupos que buscan atraer la atención de los funcionarios gubernamentales.

El conocimiento público de los asuntos “está estrechamente relacionado con la cobertura que se les presta en los medios” (Castells, 2009,p.217) por medio del agenda setting, y por ello, en el presente apartado se aborda la evolución de este mecanismo de poder, así como los tres niveles de agenda setting, que en McCombs (2012), explican el proceso por el cual se establecen ciertos asuntos e interpretaciones como prioritarias para su atención y su discusión en la esfera pública.

2.3.1.1 La noción del agenda setting

El agenda setting es una de las teorías actuales más representativas de los medios de comunicación especialmente en referencia a su relación con la política. Según Dearing y Rogers (citado en Rodríguez Díaz, 2004), esta teoría ofrece una explicación de por qué cierta información resulta de interés para el público que vive en la democracia, de cómo se configura la opinión pública a partir de esa información, y de por qué ésta información induce a adoptar ciertas acciones políticas por encima de otras (p.16).

Para Rodríguez Díaz (2004) quien realiza una extensiva revisión de dicha corriente de investigación, hablar de agenda-setting como anglicismo es “referirse al conjunto de temas seleccionados para formar parte de un índice o agenda” (p.16), por lo cual dicho término se ha empleado para explicar la manera en que los medios de comunicación seleccionan los temas que serán traspasados de su propia agenda a la agenda pública.

Esta teoría se basa en la clásica idea de Bernard Cohen (citado en Rodríguez Díaz, 2004) que expresa que “la prensa puede no tener mucho éxito en decirle a la gente qué pensar, pero es extremadamente exitosa en decirle a los lectores en qué pensar” (p. 15), por lo cual, su estudio se basa principalmente en descubrir cómo los medios ejercen influencia en el público mediante los temas considerados de mayor relevancia.

En la mayoría de los estudios realizados alrededor del concepto se aborda la pregunta de cómo las agendas o temas considerados relevantes por los medios pasan a ser subrayados en las agendas de la audiencia, sin embargo, dicho proceso más que ser explorado en una línea recta, ha encontrado en sus más de 30 años de estudio diversos paradigmas para su estudio.

De acuerdo a Dorantes (2008) a partir de los años setenta la investigación tradicional de la teoría del agenda setting ha sido testigo del inicio y desarrollo de tres dimensiones o líneas de investigación en comunicación:

- 1) El establecimiento de la agenda pública, que intenta responder a la pregunta de cómo los medios masivos colocan un tema de agenda en el público indagando el proceso mediante el cual comunican a la sociedad la relativa importancia de varios temas y acontecimientos;
- 2) La construcción de la agenda política, que busca esclarecer la manera en que un asunto público forma parte de los temas a los que el gobierno presta mayor atención e indagar, en última instancia, cuál es la estructura de poder que sustenta la elaboración de una política pública;
- 3) La fijación de la agenda de los medios y quién la establece (Dorantes, 2008, p. 80).

Según este autor, aunque las tres dimensiones de la investigación se han concentrado en la conformación de la agenda, éstas se enfocan en el estudio de tres agendas diferentes: la agenda pública, la agenda política, y la agenda de los medios.

La primera de ellas, la agenda pública, se define como la lista de asuntos a los que el público le da importancia durante un periodo de tiempo. Ésta se mide típicamente mediante encuestas que realizan la pregunta “¿cuál es el problema más importante al que tiene que hacer frente este país?” y con sus resultados se observa la posición relativa que un tema o varios tienen en la agenda del público.

La segunda, la agenda de los medios, se define como la lista de asuntos con cobertura mediática. Ésta se mide a partir de la frecuencia o prominencia de los temas en los medios de comunicación considerando factores como el ancho de columna de las notas en los diarios, el tiempo de aire en la televisión o en la radio, o el orden de los temas en un diario o un programa.

La tercera, la agenda política, se define como la lista de asuntos que los políticos consideran importantes. Ésta se mide a través de las respuestas y las propuestas que ofrecen los grupos políticos e instituciones sociales sobre determinados temas. De acuerdo a Rodríguez Díaz (2004) “los principales estudios de esta agenda se han concentrado en ver cómo los temas objeto de preocupación institucional han estado presentes en la agenda de una ciudad, gobierno o parlamento” (p.22).

2.3.1.2 Los antecedentes de la teoría del agenda setting

Los antecedentes de la teoría del agenda setting se remontan a inicios del siglo XX y a ramas como la sociología y la psicología social que aportaron los aspectos que sirvieron de precedente y en muchos casos pilares para su desarrollo. La trayectoria de esta teoría que retoma a autores como Walter Lippmann, Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld y Bernard Cohen, puede ser dividida en tres etapas de acuerdo a Rodríguez Díaz (2004).

2.3.1.2.1 Primera etapa

La primera etapa se desarrolló desde inicios del siglo XX hasta finales de los años veinte. De acuerdo a Rodríguez Díaz (2004) ésta se caracterizó por considerar a los medios como instrumentos de influencia directa en la audiencia bajo el modelo de estímulo-respuesta. Según esta autora, uno de los precedentes más importantes de la teoría durante este tiempo se encontró en la obra de Harold Lasswell (citado en Rodríguez Díaz, 2004) quién en su estudio de la persuasión, exploró el impacto directo de las técnicas de propaganda.

El planteamiento de Lasswell venía a sintetizar los postulados de toda una corriente de investigación, dentro de la cual la variable independiente era el grado de exposición a los medios, y la dependiente era el cambio cuantificable e inmediato de la conducta u opinión. El vínculo entre los medios y el público aparecía como reducible a una relación causal donde las reacciones, comportamientos y actitudes de los segundos eran efectos de las emisiones de los primeros (Rodríguez Díaz, 2004, p. 25).

En esta primera etapa también se destacaron figuras como Walter Lippman (citado en Rodríguez Díaz, 2004), quien en su obra *Public Opinion*, describe la importancia que tiene la prensa como un puente que vincula el mundo exterior con la mente de los lectores. De acuerdo a Rodríguez Díaz (2004), el concepto de pseudoentorno o “realidad de segunda mano” que éste autor propone como el instrumento que conecta lo que la audiencia percibe y lo que verdaderamente forma el mundo real, ha sido desde entonces utilizado en muchos estudios sobre el impacto de la agenda-setting.

2.3.1.2.2 Segunda etapa

La segunda etapa se desarrolló de los años cuarenta hasta los sesenta. Para Rodríguez Díaz (2004), ésta se caracterizó por considerar la influencia de los medios como limitada y menor que la generada por otros agentes sociales. Son los trabajos de Lazarsfeld (citados en Rodríguez Díaz, 2004) los que durante estos años transformaron el entendimiento sobre los medios, pues reconocieron factores externos de intervención entre los medios y la audiencia, consideraron a la influencia personal como fundamental en el efecto de los medios en el público, y exploraron la importancia de grupos o fuentes de poder externas para la selección de temas en la agenda mediática.

Dentro de esta etapa se le dio importancia al estudio del agenda setting en las épocas electorales, al desarrollarse la investigación de Kurt y Gladys Lang (citados en Rodríguez Díaz, 2004) que abrió la “brecha” de lo que posteriormente sería el enunciado de la teoría de la agenda-setting, por señalar que los medios son “quienes construyen la imagen pública de los candidatos y muestran a la gente qué y cómo pensar al respecto” (Rodríguez Díaz, 2004, p. 26).

Además, en esta etapa resaltó la figura de Bernard Cohen (citado en Rodríguez Díaz, 2004), quien con su popular frase “a prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar” (p. 26), inmortalizó su trabajo y supuso un hito en las investigaciones sobre el agenda setting. "La famosa frase de Cohen hizo una distinción relevante entre el pensamiento como conocimiento (cognición) y como opinión y sentimiento" (Semetko, citado en Rodríguez Díaz, 2004, p. 26).

2.3.1.2.2 Tercera etapa

La tercera etapa se desarrolló desde los años sesenta hasta las investigaciones actuales. De acuerdo a Rodríguez Díaz (2004), en ésta se volvió a proponer “la idea del destacado poder que tienen los medios de comunicación en la sociedad contemporánea” (p.26), pero se enfocó en los efectos de los medios de comunicación masivos como la radio y la televisión en la “sociedad de masas”, en lugar de los grupos individuales de la audiencia.

Es en esta etapa en la que se comenzó a hacer alusión al agenda setting como teoría, y en la que Maxwell McCombs y Donald Shaw (citados en Rodríguez Díaz, 2004) realizaron el primer trabajo oficial que reconoció a la teoría con ese mismo nombre con el fin de probar la influencia de los medios en la audiencia.

Fue en este periodo, en concreto en 1968, durante las elecciones presidenciales norteamericanas, cuando Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972) realizaron un trabajo que probaba de forma empírica la influencia de los medios en la audiencia. Su metodología consistió en recoger simultáneamente datos de la agenda de los medios de comunicación y del público sobre aquellos aspectos relacionados con el tema de las elecciones y sus candidatos (Rodríguez Díaz, 2004, p.26).

El estudio, que evidenció un alto grado de correspondencia entre las agendas de los medios y las agendas públicas, fue el sustento sobre el cuál dichos autores establecieron que son los medios quienes establecen la agenda durante las campañas políticas, pues aquellos temas que éstos destaquen relevantes, serán considerados por la audiencia y los potenciales votantes como los más interesantes, y serán aquellos en los que “la audiencia se fijará y los tendrá presente durante las elecciones” (Rodríguez Díaz, 2004, p.26).

2.3.1.3 La teoría del agenda setting y sus tres niveles

La teoría del agenda setting propiamente dicha nació en 1972 cuando McCombs y Shaw publicaron su primer estudio sobre el poder de los medios de comunicación para fijar la agenda en una comunidad de Chapel Hill. La contribución de estos investigadores realizada desde hace más de cuarenta años, retomó la idea teórica básica de que “los elementos prominentes en la agenda de los medios no sólo se hacen prominentes en la agenda del público, sino que también son considerados por el público como especialmente importantes” (Carazo Barrantes, p.17).

Sin embargo a lo largo de su historia la teoría evolucionó y el propio McCombs (2012) ahora habla de un proceso de fijación de agenda realizado en tres niveles, que en términos de “las imágenes en nuestras cabezas” responde a las preguntas ¿sobre qué son las imágenes?, ¿cuáles son las características dominantes de estas imágenes? y ¿cuáles son las imágenes en nuestras cabezas? respectivamente.

2.3.1.3.1 El primer nivel del agenda setting

El primer nivel de agenda setting corresponde a la teoría tradicional que aparece por primera vez en el trabajo de McCombs y Shaw en 1972. En su investigación sobre la función de los medios en el marco de la campaña presidencial de los Estados Unidos en 1968 en el que se encontró una correlación casi perfecta entre la agenda de los medios y la agenda pública sobre diferentes asuntos de la campaña, dichos autores comenzaron la teoría del agenda setting afirmando que las prioridades de la prensa llegan a ser, hasta cierto punto, las prioridades del público.

En esta teoría inicial se afirmó que existía una relación positiva entre aquello que los medios de comunicación destacaban y lo que los votantes consideraban importante, y se consideró que dicha relación era una consecuencia inevitable del flujo normal de noticias.

A través de una serie de variables formales como el tamaño de la noticia y su ubicación, el periodista da una relevancia a la noticia, que el público hace suyo asimilándola. Es decir, existe una relación entre el énfasis que el periodista da a una noticia y la relevancia que ese asunto tiene para un miembro de esa audiencia (Vara-Miguel, 2001, p. 39).

Los estudios del primer nivel del agenda setting se enfocaron en medir la relevancia o “salience” - un concepto que se refiere al “grado de importancia por medio del cual un tema de la agenda es percibido como relativamente importante” (Dearing y Rogers citado en Rodríguez Díaz, 2004, p.31) - y se centraron en observar cuándo ésta relevancia cambiaba en la agenda de los medios, en la agenda política o la agenda pública.

Más adelante sin embargo, las investigaciones sobre el primer nivel del agenda setting consideraron que además de la relevancia asignada a los temas, existían otros factores que podrían determinar la influencia de la agenda mediática en la agenda pública, pasando así de considerar al agenda setting como un proceso lineal a reconocerle como un proceso interactivo que, según Vara-Miguel (2001), entre otras cosas toma en cuenta:

1. Que en la construcción de la agenda pública no sólo intervienen los medios de comunicación, sino también otras fuentes de información como los políticos y el propio público.

2. Que las variables relacionadas con el mensaje y su producción son cruciales en el proceso de agenda setting.
3. Que ciertas condiciones del público pueden hacerle más susceptible de ser influido por el proceso de agenda setting.
4. Que en el proceso del agenda setting, además de los temas, también intervienen los atributos o aspectos con los que son presentados esos asuntos públicos en la prensa (p.42).

Así, la teoría del agenda setting adoptó un modelo más complejo que retomó factores relacionados con la elaboración, difusión y procesamiento de la información recibida, los cuales podrían ser más importantes en el efecto agenda setting que la mera exposición a los temas como se sugería en el modelo lineal antes estudiado.

2.3.1.3.2 El segundo nivel del agenda setting

El segundo nivel de agenda setting propuesto por McCombs a inicios del siglo XXI, se basa en la idea de que los medios de comunicación no sólo establecen los temas en la agenda pública al elegir qué asuntos son más importantes que otros, sino que también influyen en la percepción de la realidad y los hechos a través de las opiniones y comentarios que éstos dan sobre los asuntos.

Éste segundo nivel ya no se refiere sólo a los temas reconocidos como importantes, sino que “tiene que ver con cómo se produce la transferencia de relevancia, y no sólo la importancia de los asuntos, sino también la prominencia de los aspectos de esos asuntos” (Evatt y McCombs, citados en Rodríguez Díaz, 2004, p.63), últimos que influyen en la percepción que tienen los individuos sobre los acontecimientos establecidos en la agenda.

Estos aspectos o atributos de los asuntos que son resaltados por los medios de comunicación, son por lo general palabras que están cargadas de opiniones, tendencias, tonos y matices, que dirigen a la opinión pública a través de las valoraciones que hacen de los asuntos o problemas tratados.

Los medios seleccionan noticias y los calificativos y matices que adoptará la audiencia cuando hablen de ellos o los incluyan en sus conversaciones personales. Por ello, los medios son uno de los principales elementos que dirigen y encuadran la opinión pública (Rodríguez Díaz, 2004, p.64).

En este segundo nivel, la teoría de agenda setting se transforma para ir más allá de un aspecto puramente cognitivo a uno más profundo que envuelve otros procesos que afectan en la manera en que las audiencias interpretan los temas en la agenda pública.

En este sentido Canel (citado en Rodríguez Díaz, 2004) propone que en el segundo nivel se reformula la teoría del establecimiento de agenda, acercándose a la idea del “priming”, un “proceso por el que la información se ‘coloca’ prioritaria en el juicio” (p.66) y el “framing”, “según la cual los periodistas enfocan la realidad proporcionando al público una manera de interpretar los hechos” (p.66), de esta forma estudiando no sólo la efectividad de los mensajes en el nivel de la cognición, sino también en el nivel de los juicios y las actitudes.

2.3.1.3.3 El tercer nivel del agenda setting

El tercer nivel de agenda setting, introducido por Lei Guo, Hong Tien Vu y Maxwell McCombs en el año 2012, presenta una nueva línea de estudio que se aleja del modelo lógico y lineal del agenda setting propuesto por la teoría tradicional, para retomar un modelo en red que explora la interconexión entre elementos temáticos en la mente de las audiencias.

A diferencia del primer y segundo nivel de agenda setting en el que se investigan objetos y atributos separados y desconectados del conjunto en el que están inmersos, en el tercer nivel de agenda setting se estudian las maneras en que los objetos y atributos se agrupan en los medios de comunicación y en las mentes del público.

Nuestro nuevo enfoque, que hemos denominado modelo de configuración de la agenda de la red, sugiere que los medios de comunicación en realidad pueden agrupar diferentes objetos y atributos y hacer que estos conjuntos de elementos destaquen en la mente del público simultáneamente (McCombs et.al. 2012, p. 55).

El tercer nivel de agenda setting retoma algunos conceptos del modelo de red asociativa de la memoria de Anderson (citado en McCombs, et.al., 2012) y el modelo de red cognitiva de Santanen, Briggs, & de Vreede (citados en McCombs, et.al., 2012), y sostiene que la

representación mental de los individuos respecto a los objetos y atributos se presenta como una estructura tipo red.

De esta manera, de acuerdo McCombs et.al. (2012) en lugar de proponer con esta teoría que las personas describen temas o personajes a partir de jerarquías de atributos ordenados por importancia -como sería en el caso de la teoría tradicional del agenda setting-, en este caso, las personas describen temas o personajes a partir de imágenes compuestas por varios atributos que están conectados entre sí en su mente.

Debido a que bajo éste enfoque se perciben a los temas como constructos de nodos, de la misma manera McCombs et.al. (2012) proponen que la influencia de los medios consiste en construir y reconstruir la red asociativa en las mentes de la audiencia creando nuevos nodos en la red o alterando la fuerza de las conexiones existentes entre los nodos.

Así, el enfoque del tercer nivel del agenda setting se convierte en uno de gran relevancia en los nuevos medios de comunicación, contribuyendo en “la discusión de las nuevas teorías de los medios y de la comunicación, permitiendo una representación más matizada de las redes de información y ofreciendo un abordaje para medir de mejor manera el flujo de dichas redes entre diferentes entidades” (Guo y Vargo citados en Carazo Barrantes, p.5).

2.3.1.4 La teoría del agenda setting en las redes sociales digitales

Con el surgimiento de las redes sociales digitales, el ecosistema mediático dió un giro completo, y con ello, la teoría del agenda setting también fue modificada. Gracias a la emergencia de un gran número de fuentes alternativas de información a la que las audiencias hoy en día tienen acceso, el poder absoluto de influencia de los medios de comunicación tradicionales en la agenda pública propuesto a inicios de la teoría del agenda setting fue puesto en los últimos años en duda.

Hay muchas agendas en la sociedad contemporánea y muchas más de estas están ahora disponibles para un gran segmento del público. Por lo tanto, algunos observadores sociales predicen el final de la agenda setting al tiempo que las audiencias se fragmentan y virtualmente todo el mundo tiene una única agenda de medios externos que es un compuesto altamente individualizado construido a partir de esta vasta riqueza de noticias e información en línea (McCombs, citado en Carazo Barrantes, p.6).

Debido a que la investigación sobre el agenda setting se enfrentó a un entorno mediático en el que una vasta cantidad de actores cumplen varios roles en la generación, interpretación y difusión de la información, nuevos enfoques de estudio cobraron especial importancia para la exploración de los mecanismos y los actores que establecen las agendas, especialmente los referidos al agenda building e intermedia agenda setting.

Desde el enfoque del “agenda building”, el cual se centra “en el proceso de construcción de las noticias y los elementos que lo influyen” (Aruguete, 2017, p.38) y la “intermedia agenda setting” que se enfoca en la transferencia de la relevancia de un tema a través de los medios (McCombs citado en Conway-Silva et.al., 2018), se comenzó a estudiar la influencia que otros actores, más allá de las empresas mediáticas, tienen en el proceso de formación de agenda pública.

De tal manera en los últimos años se estudió principalmente la influencia o la relación que existe entre las redes sociales digitales y las agendas de los medios de comunicación tradicionales por medio de investigaciones que revelan evidencias contrastantes. Ceron, Curini, e Iacus (2014) explican que, mientras varios estudios sostienen que los medios masivos aún afectan la visibilidad de los temas discutidos en las redes sociales (McCombs y Lee citados en Ceron, et.al., 2014), otros investigadores afirman el poder que las redes sociales tienen para establecer la agenda de élites políticas como periodistas y políticos (Woodly y Parmelee citados en Ceron, et.al., 2014), y otros más observan una similar influencia en el establecimiento de agenda compartida entre las redes sociales y los medios de comunicación tradicionales (Meraz y Neuman citados en Ceron, et.al., 2014).

Sin embargo, entre los estudios sobre el agenda setting que en el contexto de las redes sociales llaman más la atención son aquellos relacionados con el papel de los usuarios de redes sociales, los cuales se ha descubierto, intervienen como productores y consumidores, pero también como “gatekeepers” que seleccionan la información y le dan visibilidad, estableciendo con ello la agenda de los medios digitales (Pérez Díaz, et.al., 2020).

Según la investigación de Pérez Díaz, Arroyas Langa y Zamora Medina (2020) sobre la construcción de agenda en los cibermedios, las audiencias digitales hoy en día, son capaces de alterar la prominencia de determinados actores, impulsar ciertos asuntos, y modelar la interpretación misma de los temas, manifestando así dinámicas de poder.

Los flujos periodísticos de decisión que conducen a la selección informativa que tradicionalmente han surgido de un juicio profesional aislado mutan en el contexto digital, en virtud de una cultura participativa que celebra la visibilización de los intereses de la audiencia mediante el contenido generado por el usuario y el feedback diario en la construcción de la agenda mediática (Pérez Díaz, Arroyas Langa y Zamora Medina, 2020,p. 226).

Dichos autores sostienen que en éste nuevo proceso de agenda setting intervienen por una parte, un filtrado de información realizado por las audiencias de forma individual o colaborativa, y por otra parte, una serie de técnicas de selección informativa generadas en la web, que a través de algoritmos, recopilan contenidos relacionados con un determinado tópico o contexto, generalmente a partir de metadatos, votos o palabras clave. “El ejemplo más evidente en cibermedios son los ubicuos apartados consagrados a ‘lo más leído’, ‘lo más comentado’ o ‘lo más compartido’, que visibilizan piezas a partir de parámetros puramente cuantitativos” (Pérez Díaz, et.al., 2020, p. 227).

En este sentido, resalta el papel de redes sociales como Twitter que a partir de una estructuración temática de la información basada en términos y hashtags, “delinea una agenda de temas y protagonistas populares que son visibilizados con una fugacidad variable” (Pérez Díaz, et.al., 2020, p. 228), un proceso que será abordado más adelante en la presente investigación.

2.3.2 La teoría del encuadre

Más allá de estudiar el mecanismo de agenda setting que, como se explicó anteriormente, determina en su primer nivel los temas a los que se les da importancia en las diferentes agendas mediáticas, políticas y públicas, también la forma en que los actores políticos encuadran estos temas es tema de diversas investigaciones en comunicación política en las últimas décadas.

Aunque el estudio de estos encuadres o frames ha ayudado a entender la manera en que los medios de comunicación le dan énfasis a ciertos aspectos de un tema político con el fin de provocar cambios en la interpretación, actitudes, emociones y comportamientos del público,

una perspectiva que estudie los encuadres realizados por los políticos y la misma opinión pública también resulta necesaria.

En este sentido, este apartado tiene el propósito de definir al concepto de frame o encuadre desde la perspectiva de la comunicación política y la cultura, a través de una revisión de los orígenes de este concepto en la sociología y la psicología, la descripción de la teoría del encuadre en la comunicación, y finalmente la exposición de la teoría constructivista propuesta por Van Gorp (2007) que aporta la visión más adecuada del encuadre en la comunicación política entre los tres actores: medios, políticos y opinión pública.

2.3.2.1 Orígenes del concepto de encuadre

La aparición del concepto de encuadre de acuerdo a Koziner (2013) se remonta a mediados del siglo XX al terreno de la psicología, la sociología, y los primeros estudios de los movimientos sociales. De acuerdo a esta autora, quien realiza una revisión de los antecedentes y fundamentos de la teoría del encuadre en la comunicación, el legado de estos primeros usos del concepto consistió en que “permitió dar cuenta de cómo se construye la realidad social en el lenguaje y en las interacciones personales” (p.12), con conceptos que se definen a continuación.

2.3.2.1.1 La definición de Gregory Bateson

En el terreno de la psicología, el concepto de encuadre fue por primera vez utilizado por Bateson en 1955 en un ensayo sobre la psicología de la percepción para exponer la función que éstos tienen en la interpretación de los mensajes.

Para este autor, un encuadre psicológico es la delimitación espacial y temporal de un conjunto de mensajes interactivos, que en el proceso comunicativo “proporcionan un conjunto de claves para interpretar la realidad” (Ardévol-Abreu, 2015, p.428) de la misma manera en que el marco de un cuadro organiza la percepción del sujeto que lo mira: incitando a que atienda a lo que está dentro y a que ignore lo que está fuera.

Según Sádaba Garraza (2001) el concepto de encuadre en el terreno de la psicología intentó dar respuesta a la comprensión del fenómeno comunicativo, sugiriendo que es en el nivel

metacomunicativo donde se provee el contexto para interpretar el sentido de los mensajes en los procesos comunicativos.

2.3.2.1.2 La aportación de Erving Goffman

En 1974 el concepto de encuadre pasó de la psicología al terreno de la sociología de la mano de Erving Goffman (citado en Koziner, 2013), quien utilizó el término para estudiar el papel de los encuadres sociales en las definiciones de los acontecimientos más allá de los procesos interpretativos individuales.

Para este autor los *frames*, entendidos a su vez como encuadres y esquemas, son instrumentos compartidos colectivamente que permiten “enmarcar” la realidad, y brindarle un sentido particular.

El concepto integra una doble acepción: es tanto un marco como un esquema. Un marco referido al contexto de la realidad y un esquema o estructura mental que internaliza datos objetivos. Aparecen así dos niveles integrados: el individual y el social (Koziner, 2013, p.14).

De acuerdo a Goffman (citado en Sádaba, 2001) los individuos interpretan las situaciones utilizando encuadres o marcos sociales y esquemas mentales fusionados en los *frames*, “puesto que una misma realidad adquiere significaciones particulares para quienes la observan, pero también existe un significado común sobre ella” (p.150).

De esta forma, se transforma el enfoque microscópico de *frame* que en Bateson (citado en Koziner, 2013) alude al “proceso individual mediante el cual las personas perciben, procesan y estructuran la información que reciben del entorno” (p.15) y se comienza a adoptar un enfoque macroscópico que se refiere a “formas transmitidas y compartidas por la sociedad a través de las cuales se mira la realidad” (p.15).

2.3.2.1.3 El encuadre en la investigación de los movimientos sociales

La noción goffmaniana de *frame* que despertó el interés por los encuadres sociales a mediados del siglo XX, fue retomada en el campo de la investigación de los movimientos

sociales surgidos en los años sesentas con un enfoque en las cuestiones interpretativas en la acción colectiva.

En este contexto según Sádaba (2001) los encuadres fueron reconocidos como herramientas tácticas de los activistas para difundir ideas en la sociedad, integrar a sus miembros y obtener nuevos adeptos. “Para generar identidades colectivas, los movimientos cuentan con los marcos como herramientas que tienen la capacidad de conectarse con otros y de transformarse” (Sádaba, 2001, p. 154).

De acuerdo a la autora, en la segunda mitad del siglo pasado el interés por los medios de comunicación comenzó a aparecer como un elemento importante en el proceso de creación de encuadres debido a que la formación de identidades colectivas por parte de los movimientos sociales implicó necesariamente la influencia en la agenda y el acceso al discurso público.

En este contexto, los medios de comunicación son entendidos como arenas públicas en las que se despliegan los argumentos que construyen las realidades sociales mediante el uso de marcos (...) La entrada a los medios forma parte de una decisión racional: con ello se busca obtener una visibilidad que les permita hacer públicas sus demandas, cosechar apoyo, desafiar la autoridad de las instituciones dominantes e instalar cuestiones en la agenda local o nacional en pos de concretar sus objetivos básicos (Koziner, 2013, p.16).

Los encuadres o marcos periodísticos en este sentido, se volvieron un tema frecuentemente abordado por los teóricos de los movimientos sociales, siendo Todd Gitlin y Willian Gamson (citados en Koziner, 2013) los autores que mayor énfasis dieron al concepto.

Gitlin (citado en Koziner, 2013) por una parte introdujo el concepto de encuadre para dar nombre a los recursos utilizados por los medios para organizar la realidad social desde una posición hegemónica. Específicamente éste autor define a los encuadres mediáticos como “patrones persistentes de cognición, interpretación y presentación, de selección, énfasis y exclusión por medio de los cuales, quienes manejan los símbolos, organizan rutinariamente el discurso, verbal o visual” (Gitlin, citado en Koziner, 2013, p.16).

Gamson (citado en Koziner, 2013), por otra parte, desmitifica el poder absoluto que el anterior autor otorga a los medios de comunicación en relación con la acción colectiva, y en su obra propone que si bien los encuadres del discurso mediático proveen mapas con

recorridos posibles para la construcción de la realidad, los encuadres del discurso mediático no son la única fuente de conocimientos, pues la clave está en que “los marcos sepan combinar aspectos de la experiencia personal que afectan a las personas individualmente y de la experiencia cultural compartidos en sociedad” (Gamson citado en Sádaba, 2001, p.154).

2.3.2.1.4 La teoría del encuadre en la comunicación

Las primeras conceptualizaciones del encuadre expuestas anteriormente abrieron paso a un gran y creciente campo de estudio que, durante la segunda mitad del siglo pasado, investigó a dicho proceso desde diversas disciplinas y dominios académicos como la sociología, la economía, la psicología, la lingüística cognitiva, las ciencias políticas, y la comunicación.

Luego de los estudios que en el marco de los movimientos sociales señalados en la sección pasada comenzaron a entender al encuadre desde la comunicación, éste concepto se enfrentó a una etapa de definición teórica en la que se vinculó de forma imprecisa al análisis y la descripción del cómo cognitivo-comunicativo, se estudió como un esquema organizativo e interpretativo de las noticias, se ubicó dentro de modelos que interpretaron los efectos del agenda setting, y fue objeto de una serie de estudios empíricos que a menudo discreparon en puntos clave.

Es por ello que, luego de diversas aproximaciones teóricas que ya generaban un paradigma fracturado sobre el encuadre, a finales del siglo XX surgieron propuestas más centradas que dieron pie a una unificación teórica de la especialidad en torno a la comunicación.

Uno de los teóricos más representativos en este sentido fue Entman (1993), quien buscando un concepto único que describiera el poder de los textos comunicativos a través del encuadre, estableció al encuadre como una acción mediática para “seleccionar y subrayar unas determinadas facetas de los hechos acaecidos y establecer relaciones entre éstos, de manera que promuevan una interpretación particular, evaluación, o solución” (Entman citado en Martínez Avidad, 2011, p.273).

Para este autor, el concepto de “saliencia” resulta importante en el proceso de encuadre, refiriéndose a éste como un mecanismo llevado a cabo por los medios de comunicación para hacer una pieza de información más evidente, significativa, o memorable para las audiencias,

a partir de mecanismos como la repetición, la asociación con símbolos culturales conocidos, o una ubicación especial dentro del texto.

Estos encuadres de acuerdo a Entman (1993), se presentan dentro del proceso de comunicación en cuatro aspectos diferentes, el comunicador, el texto, el receptor y la cultura:

- A. El comunicador se guía por los encuadres o esquemas organizadores de su sistema de creencias para decidir qué expresar.
- B. El texto contiene encuadres manifestados en la presencia o ausencia de ciertas palabras clave, frases, imágenes, fuentes de información, etc.
- C. Los receptores guían su pensamiento y conclusiones a partir de encuadres que pueden o no reflejar el encuadre del texto interpretado.
- D. La cultura es un inventario de encuadres comunes, que son visibles en el discurso y pensamiento de las personas en un grupo social (Entman, 1993, p.52)

De acuerdo a Entman (1993), los encuadres en todas las etapas del proceso de comunicación, y en especial en los textos, son usados con cuatro diferentes propósitos o funciones:

- A. Definir los problemas, es decir, determinar el agente causal y los costos y beneficios implicados, usualmente medidos en términos de valores culturales comunes.
- B. Diagnosticar las causas, identificando las fuerzas que crean el problema.
- C. Hacer juicios, morales o jurídicos, evaluando a los agentes causales y sus efectos.
- D. Sugerir remedios, ofertando y justificando el tratamiento de los problemas y prediciendo posibles consecuencias (Entman citado en Portilla Tinajero, 2012, p.56).

Con dicha propuesta teórica, Robert Entman (1993) abrió una etapa en la investigación de los encuadres en la que se generó una reorganización y un desarrollo empírico que trataron de “avanzar de manera más sólida y rápida gracias a las sinergias investigadoras” (Ardévol-Abreu, 2015, p.429).

Así, a principios de los años 90s se realizaron diversas investigaciones en los medios de comunicación que dieron como resultado la creación más formal de tipologías de encuadres generales, así como de identificación de encuadres específicos en los textos periodísticos.

Los principales aportes en el primer sentido fueron los realizados por Semetko y Valkenburg (2000), quienes sentaron las bases para el desarrollo de los análisis deductivos gracias a una clasificación que categorizó a los encuadres cinco diferentes tipos:

1. Encuadre de conflicto, por el énfasis en el conflicto entre las partes o los individuos.
2. Encuadre de interés humano, por el enfoque sobre un individuo como un ejemplo o por el énfasis en sentimientos u emociones.
3. Encuadre de consecuencias económicas, por enfocarse en las consecuencias económicas para un individuo, grupo, institución o la sociedad en general.
4. Encuadre de moralidad, por proveer una lectura moral o religiosa del problema tratado.
5. Encuadre de responsabilidad, por la atribución de responsabilidad, de acreditación o de culpa de ciertas instituciones políticas o individuos (Semetko y Valkenburg, 2000, pp. 95-96).

Por otra parte, en el segundo sentido, De Vreese (2005) propuso el reconocimiento inductivo de los “encuadres específicos” que según su definición son únicamente pertinentes para ciertos tópicos o acontecimientos particulares (p.54) y que permitieron a los investigadores la profundización en los detalles relevantes para el acontecimiento o tema en cuestión y la comprensión de las narrativas que se desarrollan a lo largo de los textos.

Ambos enfoques deductivos e inductivos resultaron igualmente necesarios en el estudio del encuadre, ya que aportaron un balance metodológico que permitió tanto una mirada genérica y confiable, como una mirada individual y profunda en la identificación de los encuadres.

2.3.2.1.5 La teoría constructivista del encuadre

En la literatura sobre el estudio del encuadre existen diversas propuestas que ubican a los encuadres en los diferentes roles y etapas del proceso de comunicación: en la mente de los productores de los medios, en la mente de las audiencias, o en el contenido de los mensajes, sin explicar, sin embargo, en dónde éstos comienzan y en dónde éstos terminan, por lo cual una propuesta que ubique a los encuadres en un mismo origen resulta necesaria.

Para ello, en la presente investigación se recurre a la perspectiva teórica de Baldwin Van Gorp (2007) que concibe al origen del encuadre en la cultura, y que entiende a esta última como la base común para la construcción de los significados sociales en todos los procesos y por todos los actores de la comunicación.

Según este autor, en su obra *El enfoque constructivista del framing* los encuadres son parte central de la cultura en el sentido de que ésta contiene el conjunto de herramientas conceptuales (creencias, códigos mitos, estereotipos, valores y normas) que compartidas en la memoria colectiva de la sociedad, son usadas por los individuos para transmitir, interpretar y evaluar la información, así como para explicar las cuestiones importantes de la realidad social.

Debido a que los individuos no son capaces de cambiar los fenómenos culturales, Van Gorp (2007) sostiene que los encuadres son independientes de los individuos, y que en lugar de existir encuadres creados por los periodistas como usualmente se supone, existe por el contrario un “stock cultural” de encuadres empleado de forma general por todos los miembros de una cultura. Para Van Gorp (2007), esta teoría se explica en seis premisas:

1. Existen más encuadres alternativos además de los actualmente aplicados, los cuales pueden conducir a diferentes definiciones sobre temas, problemas y personajes en un momento determinado.
2. Los encuadres son parte de la cultura por lo cual éstos no son abordados directamente en el contenido de los medios sino que se descubren en el proceso de interpretación.
3. El hecho de que los encuadres produzcan o no efectos en la audiencia, depende de factores como el grado de atención, intereses, creencias, experiencias, deseos y actitudes del receptor.
4. Los encuadres, a diferencia de los esquemas mentales, son altamente estables, y constituyen definiciones interpretativas más amplias de la realidad social.
5. El proceso de encuadre es dinámico y está sujeto a negociación por los periodistas y la audiencia.
6. La esencia del encuadre está en la interacción social, y se desarrolla en la articulación entre el nivel textual, el nivel cognitivo, el nivel extra mediático y el stock de encuadres de una cultura determinada (Van Gorp, 2007, pp. 62-64).

Adicional a estas premisas, Van Gorp (2007) explica que los encuadres se manifiestan en los textos en la forma de “framing packages”, es decir, en estructuras integradas por dispositivos de encuadre, cadenas lógicas de dispositivos de razonamiento, y fenómenos culturales que muestran a los paquetes como un todo (p.64).

Según esta propuesta teórica, los dispositivos de encuadre se refieren a la parte manifiesta de un “paquete de encuadre” en la cual un fenómeno cultural actúa como un tema central; los dispositivos de razonamiento se refieren a los enunciados implícitos que presentan justificaciones, causas y consecuencias en un orden temporal y que equivalen a las cinco funciones del encuadre de Entman (definir problemas, diagnosticar causas, hacer juicios y sugerir remedios); y los fenómenos culturales se refieren a aquellas ideas centrales que agregando a todos los anteriores elementos, muestran al paquete de encuadre de una forma integral (Van Gorp, 2007, p.64).

Así, al localizar a los encuadres en la cultura, y al pasar de una conceptualización del encuadre dirigida por la cognición individual a una dirigida por la memoria colectiva compartida, se permite que las posibilidades de investigación se amplíen y se estudien a los diversos actores de comunicación política en su conjunto.

Capítulo 3

Metodologías para el estudio del escándalo en Twitter

3.1 Perspectivas cuantitativas y cualitativas

El método científico es el principal instrumento con el que cuentan las diferentes ciencias sociales para conocer, explicar e interpretar los fenómenos de la realidad social que conforman su campo disciplinar. Para la comunicación y la cultura, éste se basa en diversas corrientes de pensamiento como el empirismo, el materialismo dialéctico, el positivismo, la fenomenología y el estructuralismo, cuyas escuelas han abierto diferentes rutas en la búsqueda de conocimiento y que desde el siglo pasado se han polarizado en dos aproximaciones principales de la investigación: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo (Hernández Sampieri, 2014, p.4).

Estas dos aproximaciones resultan importantes ya que ambas proponen metodologías complementarias para enfrentar problemas de investigación y generar conocimiento a través de procedimientos únicos, pero igualmente valiosos. “A pesar de que cada opción metodológica se sustenta en supuestos diferentes y tiene sus reglas y formas básicas de acción, establecidas y compartidas por la propia comunidad científica, no son métodos excluyentes, se complementan” (Monje Álvarez, 2011, p.10).

En este sentido, realizar una descripción de ambas perspectivas permite establecer sus particularidades y diferencias en su “manera de aproximarse a la realidad y objetos de estudio, su relación con el sujeto/objeto de estudio, la noción y criterios de objetividad y el proceso metodológico que les sirve de guía” (Monje Álvarez, 2011, p.10).

3.1.1 La perspectiva cuantitativa

La perspectiva cuantitativa de investigación se basa en el positivismo, el cual plantea la utilización de los métodos de investigación de las ciencias exactas y naturales en el estudio de lo social. Tiene su fundamento en el cientismo, reconocido a partir del siglo XIX como si fuera el único método científico válido y suficiente para resolver todos los problemas del hombre, y cuyo propósito es “conocer la verdad con un alto grado de certeza en relación con

los hechos cotidianos que nos rodean” (Tamayo-Tamayo, citado en Ramírez González, s.f., p.10).

En el caso de los estudios sociales, el movimiento positivista en el que se basa esta aproximación cuantitativa estudia los fenómenos a partir de la utilización de las técnicas de la lógica matemática. Su metodología se basa en la cuantificación de los datos y la medición de una serie de repeticiones para formular tendencias y señalar relaciones de causalidad entre los acontecimientos sociales.

Esta perspectiva cuantitativa busca hallar leyes generales para explicar la realidad y se basa en una observación sistemática de los hechos con un método hipotético-deductivo. A partir de problemas de investigación delimitados y concretos sobre el fenómeno, y preguntas de investigación que versan sobre cuestiones específicas (Hernández Sampieri, 2014, p. 5), el investigador construye un marco teórico aceptado por la comunidad científica y formula hipótesis que buscan ser comprobadas, justificadas y respaldadas a través de la medición de las variables del problema de estudio.

Para lograr su objetivo, esta perspectiva requiere de la formulación de un diseño metodológico previo a la recolección de datos que sea estandarizado y aceptado por la comunidad científica; pues de esta forma se asegura que la investigación sea creíble y aceptada por otros investigadores.

Es así, que se miden las variables en un determinado contexto y se analizan los resultados utilizando métodos estadísticos para finalmente extraer conclusiones respecto a las hipótesis previamente formuladas, las cuales como expresa Hernández Sampieri (2014) pueden generarse en dos sentidos:

Si los resultados corroboran las hipótesis o son congruentes con éstas, se aporta evidencia a su favor. Si se refutan, se descartan en busca de mejores explicaciones y nuevas hipótesis. Al apoyar las hipótesis se genera confianza en la teoría que las sustenta. Si no es así, se rechazan las hipótesis y, eventualmente, la teoría (Hernández Smpieri, 2014, p.5).

En este enfoque de investigación cuantitativo, resulta fundamental el apego riguroso a los procesos metodológicos y reglas lógicas aceptadas por la comunidad científica, para de esta

forma generar resultados que contribuyan a la generación de conocimiento que cumpla con los estándares de validez y confiabilidad requeridos por este tipo de estudios.

La objetividad de la investigación es una de las características principales de esta perspectiva, y para lograrla se apega a una observación que refuta todo juicio de valor y prescinde de las creencias, las percepciones subjetivas y los prejuicios. Para ello, el investigador debe mantener una posición exterior al campo estudiado y observar desde una relación excluyente de lo observado, con el fin de realizar descripciones lo más neutras, lo más objetivas y lo más completas posibles.

3.1.2 La perspectiva cualitativa

La perspectiva cualitativa, a diferencia de la cuantitativa, se enfoca en comprender la realidad tomando en cuenta la subjetividad de los sujetos sociales. Ésta se nutre epistemológicamente de la fenomenología, el interaccionismo simbólico, y la hermenéutica, cuyos paradigmas estructuran una forma de estudiar los fenómenos sociales de una forma opuesta al cientismo positivista.

Sus raíces en la fenomenología le permiten a esta perspectiva construir el conocimiento de la realidad desde el punto de vista del sujeto y la forma en que éste define su mundo. Apegándose a este paradigma, de acuerdo a Monje Álvarez (2011) el enfoque cualitativo reconoce la interdependencia entre el sujeto y el objeto en el proceso de investigación y considera que los acontecimientos se hacen comprensibles en la medida en que son iluminados por los puntos de vista de los sujetos sociales (p.12).

Con base en la fenomenología, los investigadores cualitativos tratan de comprender la realidad a partir del sentido que ésta adquiere para los individuos, y por ello tratan de “revelar las estructuras significativas internas del mundo vivido” (Anadón, 2008, p.206). Con este objetivo, se lucha por la comprensión de los motivos y creencias detrás de sus acciones, a través de técnicas como la observación participante y la entrevista a profundidad, las cuales generan datos descriptivos detallados.

Además de esta base epistemológica, la perspectiva cualitativa también se nutre del interaccionismo simbólico de Mead y Blumer (citados en Anadón, 2008), el cual postula que

“el comportamiento humano no se comprende sino en relación con los significados que las personas atribuyen a las cosas y a sus acciones” (p.201). Basada en esta teoría, los investigadores cualitativos estudian la realidad de los individuos desde el interior, a partir de lo que ellos perciben e interpretan durante sus experiencias vividas.

Tomando como base los postulados de Blumer (citado en Anadón, 2008), Bogdan y Taylor (1994) esta perspectiva sostiene que el estudio de los significados sociales se fundamenta en tres premisas fundamentales del interaccionismo simbólico: la primera premisa sostiene que la acción de las personas respecto de las cosas y otras personas se genera en base a los significados que estas cosas tienen para ellas; la segunda premisa afirma que los significados son productos sociales resultantes de la interacción; y la tercera premisa plantea que la manera en que los actores asignan significados al mundo y a sí mismos se realiza a través de un proceso de interpretación (p.24).

De esta manera, la perspectiva interaccionista simbólica entiende que “todas las organizaciones, culturas y grupos están constituidos por actores envueltos en un proceso constante de interpretación del mundo que los rodea” (Bogdan y Taylor, 1994, p.25) y se busca la comprensión subjetiva de su realidad social con el fin de comprenderlos.

Para esto último, el investigador cualitativo también se nutre del pensamiento hermenéutico el cual tiene el propósito de “comprender al otro, no sólo a través de la conversación, sino en lo que encuentra detrás de lo no dicho” (Fuster Guillen, 2019, p.205) y para ello se basa en la interpretación de los textos de la realidad social.

Basado en esta filosofía, el investigador deberá captar el sentido creado en el discurso de los sujetos a partir del reconocimiento de los contextos sociales e históricos en donde las formas simbólicas se insertan, así como la revelación de los significados de las cosas que se encuentran en la conciencia de la persona por medio de la palabra.

Para llevar a cabo este proceso de interpretación, se parte de una visión constructivista que devuelve a los sujetos sociales su protagonismo y al investigador un papel fundamental en la producción conocimiento, el cual es concebido como “una experiencia construida en interacción con los otros, presentes o no, actuales o pasados y que nos hablan directamente o

a través de sus producciones culturales” (Bruner, citado en Castro R. y Saavedra Guajardo, 2007, p.65).

Además, esta investigación es realizada de una manera inductiva, de lo particular a lo general, ya que, como expresan Bogdan y Taylor (1994), la ruta metodológica cualitativa se relaciona más con el descubrimiento y el hallazgo que con la comprobación o la verificación, para de esta manera generar perspectivas teóricas.

Así, como sostiene Souza Minayo (2010), el investigador retoma en un primer momento la interpretación de la realidad percibida del sujeto, y luego realiza una interpretación de segundo orden, en donde expone el material empírico organizado y clasificado, a los influjos del contexto, para “enriquecer con el conocimiento científico acumulado, con la historia y con el contexto, el significado de la narrativa de los interlocutores” (p. 259).

Sin embargo, los resultados de dicha interpretación no son percibidos como generalizaciones ni verdades absolutas, ya que la realidad social se entiende como un conjunto de fenómenos en constante cambio que son influenciados por sus momentos históricos y su contexto. Por ello de acuerdo a Castro y Saavedra (2007) desde la perspectiva cualitativa “debemos asumir que la realidad está en movimiento y que sus estudio debe contemplar dicho dinamismo” (p.64).

Ante todo esto, podemos concluir que el enfoque metodológico cualitativo de la investigación se trata de “una estrategia que se ensaya para llegar a un final pensado e imaginado y al mismo tiempo insólito, imprevisto y errante... una búsqueda que se inventa y se reconstruye continuamente” (Morin, Ciurana y Motta, 2013, p. 17).

3.1.3 La perspectiva mixta

Ambas perspectivas cuantitativas y cualitativas expuestas anteriormente responden a diferentes necesidades de la investigación en las ciencias sociales y han sido tradicionalmente consideradas como antagónicas. Sin embargo, desde la segunda década del siglo XXI, los métodos mixtos que conjuntan ambas perspectivas se han consolidado como una tercera aproximación en diversos campos incluyendo el de la comunicación (Hernández Sampieri, 2014, p. 534).

Este enfoque, que ha sido denominado como integrativo, multimétodo, de triangulación, o mixto, combina orientaciones paradigmáticas diversas con el fin de ampliar y profundizar la comprensión de los fenómenos sociales cuya complejidad requiere del estudio de dos realidades, una objetiva y otra subjetiva.

Esta combinación de métodos cuantitativos y cualitativos está basada en el principio de complementariedad y triangulación que de acuerdo a Gómez-Restrepo y Okuda Benavides (2005, p.120), ofrece la alternativa de visualizar un problema desde diferentes ángulos para así enriquecer el estudio y lograr obtener una mayor variedad de perspectivas del fenómeno: frecuencia, amplitud y magnitud cuantitativas, así como comprensión, profundidad y complejidad cualitativas (Creswell, citado en Hernández Sampieri, 2014, p.537).

Por otra parte, además del enriquecimiento de los resultados, esta integración otorga validez y confianza a las investigaciones, pues de acuerdo a Blanco y Pirela (2016) la combinación de diferentes procedimientos de observación y recolección de datos, diseños, investigadores e incluso teorías, ayuda a que el investigador social “pueda de alguna forma atenuar el sesgo que produce investigar con un método único” (p.102).

Gómez-Restrepo y Okuda Benavides (2005) por su parte, sostienen que la complementariedad de los enfoques cualitativos y cuantitativos aumenta la validez de las investigaciones y “le confiere a un estudio rigor, profundidad, complejidad y permite dar grados variables de consistencia a los hallazgos” (p. 123); perspectiva que respalda Hernández Sampieri (2014) al explicar que “la triangulación, la expansión o ampliación, la profundización y el incremento de evidencia mediante la utilización de diferentes enfoques metodológicos, nos proporcionan mayor seguridad y certeza sobre las conclusiones científicas” (p. 537), de esta forma, aumentando la confianza del investigador en los resultados obtenidos.

Estas características sobre los métodos mixtos han sido retomadas por autores como Hernández Sampieri (2016) autor ya mencionado anteriormente, quien en la sexta edición de su libro *Metodología de la investigación* enlista diversos beneficios y funciones obtenidos de la combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos:

1. Triangulación o incremento de la validez, al contrastar los datos y resultados producidos por ambas perspectivas.
2. Compensación de las debilidades potenciales de ambos métodos, al visualizar en cada uno perspectivas diferentes que el método opuesto no puede.
3. Complementación, que proporciona un mayor entendimiento de los resultados de cada método sobre la base de los resultados del otro.
4. Amplitud, que permite examinar los procesos de forma holística y tomando en cuenta tanto la contabilización como la descripción.
5. Multiplicidad, que permite responder a un mayor número de preguntas de investigación de manera más profunda.
6. Explicación más profunda mediante la recolección, análisis e interpretación conjunta de datos cuantitativos y cualitativos.
7. Reducción de incertidumbre ante resultados inesperados de alguna de las perspectivas sobre la base del otro.
8. Iniciación de nuevas perspectivas y planteamientos a partir del descubrimiento de contradicciones y paradojas encontradas entre ambos métodos.
9. Expansión del conocimiento usando diferentes métodos para distintas etapas del proceso investigativo.
10. Desarrollo enriquecido entre ambos métodos, cuyos resultados se apoyan entre sí en aspectos como el muestreo, los procedimientos, el análisis de datos, etc.
11. Credibilidad general reforzada de los resultados y procedimientos al utilizar ambos métodos.
12. Contextualización más completa, profunda y amplia, pero al mismo tiempo generalizable y válida.
13. Ilustración de los resultados obtenidos por un método a partir del otro.
14. Utilidad mayor de un estudio para un número más grande de usuarios o practicantes.
15. Descubrimiento y confirmación de los resultados de un método por medio de otro.
16. Diversidad de puntos de vista para estudiar el problema y analizar los datos obtenidos en la investigación.
17. Claridad para visualizar relaciones “encubiertas” que no habían sido detectadas por un solo método.
18. Argumentación más consolidada gracias a la recolección y análisis de los datos por ambos métodos.

19. Producción de nuevos métodos e instrumentos de recolección y análisis con base en los resultados del otro método (pp. 538-539).

Cabe mencionar que para lograr la integración de ambas perspectivas cuantitativa y cualitativa de forma efectiva y obtener los beneficios detallados anteriormente, es necesario que el investigador se apegue al fundamento filosófico del *pragmatismo* el cual se define como una “postura que consiste en usar el método más apropiado para un estudio específico” (Hernández Sampieri, 2014, p. 539).

Ya que esta postura requiere de la utilización de metodologías basadas en el objetivo de la investigación, el investigador debe de adoptar una actitud reflexiva con el fin de que los diseños metodológicos sean pertinentes y “no una suma de técnicas inconsistentes con los objetivos de la investigación que se realiza” (Bericat citado en Blanco y Pirela, 2016, p. 102).

Para ello, Bericat (citado en Blanco y Pirela, 2016) propone desarrollar la investigación “dejando establecidos claramente los fundamentos y criterios que sustentan las técnicas, diseños o procedimientos seleccionados para ello, otorgándole legitimidad a la integración de los enfoques” (p. 102).

Además, de acuerdo a Hernández Sampieri (2014) el investigador debe buscar que las técnicas se adapten al planteamiento del problema y no al revés. Para esto, el diseño de la investigación debe ser guiado desde el inicio por una definición clara sobre la prioridad de cada enfoque, el tipo de investigación, el propósito central de la integración de los datos, y las etapas de la investigación en las que se desarrollará la estrategia mixta (p. 546).

Así, a partir de sus objetivos particulares, la investigación se operacionaliza en un diseño que resuelva las necesidades del estudio. De acuerdo a Tashakkori y Teddlie (citado en Blanco y Pirela, 2016, p.105), el diseño multimétodo puede ser de tres tipos: multimodal, mixto y múltiple; y puede ser realizado a partir de las estrategias técnico operativas de complementación, combinación y triangulación respectivamente para incrementar la confianza y reforzar la validez de los resultados.

El primero de ellos, el diseño multimodal, utiliza los enfoques cualitativos y cuantitativos de forma secuencial e independiente; el segundo, el diseño mixto, subordina uno de los enfoques

para equilibrar las debilidades e inconsistencias del enfoque principal; y el tercero, el diseño múltiple, retoma ambos enfoques a lo largo de todo el proceso de investigación. Sin embargo como explican Blanco y Pirela (2016), cualquier modalidad utilizada “requiere una sólida argumentación teórica metodológica que justifique la estrategia a utilizar” (p.106) para así superar el desencuentro existente entre las perspectivas cualitativas y cuantitativas aún presente en la actualidad en diversos espacios académicos.

Es así que, a través de un modelo pragmático de investigación que responda a las necesidades del problema estudiado, se vuelve posible lograr una investigación más completa, válida y amplia, y se rompe finalmente con el antagonismo que limita a los enfoques cuantitativos y cualitativos respectivamente.

3.2 Metodología para el estudio del encuadre

El estudio del encuadre, como mencionado en el marco teórico de la presente investigación, resulta importante para conocer los mecanismos de poder simbólico utilizados por los tres tipos de actores de la comunicación política en los medios de comunicación.

Esta perspectiva de investigación que ha cobrado fuerza en las últimas décadas en el campo de la comunicación, se ha desarrollado en torno a diferentes definiciones, teóricas y métodos procedentes de distintas disciplinas y líneas de investigación, por lo que este capítulo tiene el objetivo de delinear una aproximación que sirva a los propósitos de la presente investigación, delineando las principales propuestas metodológicas para el estudio del encuadre, y describiendo de forma detallada la metodología de Van Gorp (2010) que en línea con su perspectiva constructivista, ayuda a descubrir los encuadres del escándalo político desde la cultura.

3.2.1 Cinco propuestas metodológicas para el estudio del encuadre

La investigación de los encuadres en los medios de comunicación ha sido realizada de manera extensiva a través de diversos enfoques metodológicos que retomando como base al análisis de contenido han utilizado perspectivas cualitativas y cuantitativas, procedimientos

deductivos e inductivos, así como métodos mixtos que tienen el propósito de cumplir con los criterios de confiabilidad y validez de su aplicación empírica.

Estas propuestas han evolucionado a través de los años, pero de acuerdo a Kohring y Mathes (2008) es posible encontrar en la literatura cinco propuestas metodológicas principales para la identificación y descripción de los encuadres mediáticos: hermenéutico, lingüístico, manual holístico, asistido por computadora y deductivo.

3.2.1.1 Enfoque hermenéutico

El estudio hermenéutico de los encuadres tiene sus raíces en el paradigma cualitativo y su metodología se basa en la interpretación de textos mediáticos a través de una descripción profunda de sus encuadres culturales. Este tipo de análisis se realiza a partir de pequeñas muestras del discurso que son elegidas en función del fenómeno de interés, por lo cual no se trata de un estudio representativo ni implica ningún tipo de cuantificación.

Esta metodología es puramente cualitativa en cuanto tiene sus raíces en la hermenéutica, la cual busca entender el significado que los actores le atribuyen a su comportamiento y a su percepción de la realidad. En este sentido, su búsqueda de significados oscila entre las partes y el todo de su objeto de investigación, así como entre las interpretaciones del analista y las de otros intérpretes (Gillan, 2007, p.12).

Sin embargo, ya que este proceso iterativo de interpretación de significados no busca una verdad absoluta y objetiva a partir de un conjunto específico de técnicas de investigación, éste suele tornarse confuso en su metodología. Como Kohring y Matthes (2008) explican, esta problemática se presenta en diversos estudios en que, a pesar de su completa y bien documentada discusión de los encuadres mediáticos, no especifican el proceso de extracción de éstos desde el material analizado (p.259).

Así, el enfoque hermenéutico genera dudas acerca de la solidez y la fiabilidad de sus resultados, ya que se corre el riesgo de extraer encuadres arbitrarios y sesgados que vuelven imposible la comparación de sus resultados con los de otros investigadores y codificadores.

3.2.1.2 Enfoque lingüístico

El estudio de encuadres desde la perspectiva lingüística se basa en la idea de que éstos son formados por palabras específicas dentro de un texto, y por lo tanto su identificación requiere de un análisis sobre la selección, ubicación y estructura de estas palabras en los textos.

Ya que estudios en ciencia cognitiva y lingüística han mostrado que el lenguaje puede afectar nuestra percepción de las personas, situaciones o eventos (Johnson y Lakoff citados en Reali, Rodríguez y Soriano, 2016, p.128), los investigadores de este enfoque se proponen determinar claramente los elementos lingüísticos significantes de los encuadres, que funcionan como estímulos psicológicos que el público procesa a través de los medios (Kosicki y Pan, 1993, p. 59).

Entre las propuestas metodológicas de esta perspectiva una de las más elaboradas es la de Pan y Kosicki (1993) la cual propone el estudio de cuatro dispositivos lingüísticos de encuadre que representan cuatro dimensiones estructurales en el discurso noticioso: la estructura sintáctica, la estructura del guión, la estructura temática y la estructura retórica.

En esta propuesta, los investigadores analizan los dispositivos de encuadre en cada uno de los textos de la muestra con la ayuda de una matriz de datos, proceso que le brinda a esta perspectiva la ventaja de la sistematicidad a diferencia del anteriormente expuesto enfoque hermenéutico.

Sin embargo existe una desventaja de este enfoque lingüístico pues de acuerdo a Kohring y Mathers (2008) la excesiva complejidad de su metodología provoca que un análisis de encuadres estandarizado para muestras grandes de textos sea difícil de lograrse (p. 260).

3.2.1.3 Enfoque manual holístico

El tercer enfoque usado en el estudio de encuadres se trata de una perspectiva mixta que aborda primero, un análisis hermenéutico, y luego, un análisis de contenido manual con el fin de reforzar los resultados de la investigación cualitativa a partir de la contabilización de sus ocurrencias.

Este enfoque manual holístico retoma en su primera etapa el proceso hermenéutico antes descrito y para ello requiere de la transparencia del investigador en la extracción de los encuadres interpretativos. De acuerdo a Kohring y Matthes (2008) en este proceso es importante que la metodología se base en criterios específicos para evitar el riesgo de extraer los encuadres del investigador, en lugar de los encuadres de los medios.

En este sentido, también es necesario que el investigador sea cuidadoso de no forzar los textos dentro de categorías ya existentes durante la etapa inductiva y reconozca la posibilidad de que nuevos encuadres emerjan especialmente en problemas sociales complejos, pues esta metodología tiene la desventaja de hacer complicada la observación de nuevos encuadres una vez que se definen las categorías y los esquemas usados por los codificadores.

3.2.1.4 Enfoque asistido por computadora

Más apegado a una perspectiva metodológica cuantitativa, el enfoque asistido por computadora persigue la objetividad y la confiabilidad de la investigación a partir del uso de algoritmos para identificar grupos o combinaciones de palabras en los textos.

Este tipo de análisis, al igual que el enfoque lingüístico, se basa en la noción de que los encuadres se manifiestan por la presencia o ausencia de ciertas palabras clave, que proveen el contexto en el cual los asuntos son interpretados y discutidos (Miller y Riechert citados en Fenoll, 2016), y para identificarlos es necesario “analizar la frecuencia de las palabras y encuadres utilizados, para averiguar qué diferencias existen en la forma que presentan la información los distintos emisores” (Fenoll, 2016, p.485).

Así, se han generado dos tipos de análisis que difieren en su grado de complejidad. El primero retoma un método de mapeo completamente computarizado que busca grupos de palabras específicas ocurridas con frecuencia en los textos; y el segundo busca el significado presente detrás de las relaciones entre las palabras a partir de categorías y reglas sintácticas determinadas en el programa por el investigador.

Los estudios que retoman este tipo de técnicas de análisis buscan la objetividad a través de un proceso de automatización en donde no interviene la subjetividad del investigador. Sin embargo, como Carragee and Roefs (citados en Kohring y Mathes, 2008) señalan, los grupos

de palabras extraídos en este procedimiento representan temas en lugar de encuadres interpretativos, lo cual afecta la validez de la investigación.

Kohring y Matthes (2008) además exponen tres problemas en este tipo de técnicas. Primero, todos los métodos asistidos por computadora suponen que una palabra y una frase tienen siempre un significado exacto en todos los contextos, lo cual deja de lado la riqueza y complejidad de la comunicación humana. Segundo, este tipo de análisis está limitado únicamente a textos electrónicos, lo cual hace complicado el estudio de otros tipos de formatos. Y tercero, la mayoría de estos estudios no siguen un proceso estandarizado para el establecimiento de índices de palabras o reglas sintácticas usadas para la codificación de los textos, lo cual afecta su nivel de confiabilidad (p.262).

3.2.1.5 Enfoque deductivo

El enfoque deductivo descrito por Kohring y Matthes (2008) para el estudio de encuadres busca a través del análisis de contenido cuantitativo, identificar la frecuencia en que los encuadres previamente identificados en la literatura son usados en un texto.

Ejemplo claro de este enfoque son los estudios que utilizan los cinco encuadres genéricos de Semetko y Valkenburg (2000): conflicto, interés humano, consecuencias económicas, moralidad y responsabilidad, para encontrar la presencia o ausencia de estos encuadres en cada texto analizado.

De acuerdo a Kohring y Matthes (2008) este enfoque de investigación a pesar de tener un uso extendido en el estudio de textos periodísticos, requiere del conocimiento previo de los encuadres que serán identificados, y el uso de una muestra que se ajuste a ellos, por lo cual esta metodología tiene el defecto de limitar la investigación y complicar la identificación de nuevos encuadres interpretativos que podrían ser importantes en la descripción de un suceso.

En conclusión, los cinco enfoques descritos por Mathers y Kohring (2008) aportan diversos ángulos en el estudio de los encuadres interpretativos, los cuales sin embargo presentan problemas metodológicos de validez y confianza. Para ello se vuelve necesario un enfoque metodológico mixto para el análisis de contenido que refuerce el enfoque deductivo e inductivo de manera conjunta y así aumente la fiabilidad de sus resultados.

3.2.2 Propuesta de Van Gorp para el estudio de encuadres

En el estudio de los encuadres o marcos interpretativos, la aproximación teórica y metodológica propuesta por el académico Baldwin Van Gorp (2007), referida en capítulos anteriores, se presenta como una de las más completas y adecuadas para el presente análisis, ya que combina en un primer momento un análisis inductivo que reconstruye los encuadres interpretativos del discurso, y en un segundo momento un análisis de contenido deductivo que elimina la subjetividad del análisis y mejora su fiabilidad y validez.

Dicha metodología se basa en la reconstrucción de “paquetes de encuadre”, los cuales de acuerdo a Van Gorp (2007), se conforman por dispositivos de encuadre, dispositivos de razonamiento, y fenómenos culturales implícitos, cuyo análisis sistemático sirve para una posterior identificación objetiva de los encuadres en los discursos mediáticos, en un proceso doble que se describe a fondo a continuación.

3.2.2.1 Fase inductiva

Durante la primera fase de la investigación se realiza un análisis sistemático de los discursos con el fin de identificar los paquetes de encuadre por medio de sus dispositivos de encuadre y razonamiento. De acuerdo a Van Gorp (2010), la codificación inductiva realizada en esta fase comprende tres procedimientos: la codificación abierta, la codificación axial y la codificación selectiva, los cuales se realizan de manera iterativa y comparativa constante, con el fin de formar los paquetes de encuadres de manera gradual durante el proceso de recopilar, codificar y analizar los textos.

3.2.2.1.1 Recopilar el material de origen

En este primer paso se buscan los textos necesarios para el análisis de encuadres, considerando que éstos últimos son parte de una cultura y disfrutan de una circulación mucho más amplia que la generada por los medios de comunicación. Van Gorp (2010) recomienda que en este paso se vaya más allá de la prensa y se recopilen además textos producidos por “patrocinadores de encuadres” que estratégicamente usan éstos con un fin estratégico, como

los partidos políticos, ONGs, etc., ya que sobre la base de sus textos los encuadres se pueden identificar más fácilmente.

3.2.2.1.2 Codificación abierta de los textos

Una vez obtenidos los materiales para el análisis, se procede a una codificación abierta sin el uso de instrumentos predefinidos para encuadres genéricos. Esta apertura permitirá que el investigador realice un inventario de indicadores empíricos para la interpretación de los encuadres culturalmente arraigados. En este paso se recomienda el análisis de la forma más que de los hechos, ya que las selecciones que el autor del texto realiza para relatar su historia ilustran de mejor manera su encuadre, que los mismos acontecimientos a los que se refiere. Van Gorp (2010) en este sentido propone analizar cada uno de los elementos del texto enumerando sus dispositivos de encuadre y de razonamiento en diversas matrices para en un siguiente paso localizarlos un paquete de encuadre específico.

3.2.2.1.3 Organizar los códigos alrededor de ejes de significado

En el tercer paso se retoman los dispositivos de encuadre y de razonamiento recopilados anteriormente para vincularlos a ideas generales a partir de la comparación de sus similitudes, sus diferencias y sus contrastes. De acuerdo a Van Gorp (2010), el nivel de abstracción de este proceso es superior a los anteriores ya que al separarse de las noticias específicas, los dispositivos de encuadre y de razonamiento permiten que el investigador identifique (usualmente recurriendo a la literatura) los temas culturales con los que se relacionan de manera indirecta.

3.2.2.1.4 Codificación selectiva

En el último paso del análisis inductivo se realiza el llenado de la matriz de encuadres con el fin de reducir los elementos de la anterior codificación axial en paquetes mutuamente excluyentes. En este proceso se busca una combinación lógica de los elementos que definen el encuadre, y una fusión de sus dispositivos en unidades coherentes, las cuales, para finalizar el análisis, se representan en una matriz a partir de motivos culturales compartidos, que presentan una clasificación de códigos usada para un posterior estudio de las unidades de análisis.

3.2.2.1.5 Evaluación de la matriz de encuadres

Con el fin de comprobar que el análisis deductivo haya resultado en un repertorio completo de encuadres, Van Gorp (2010) expone la necesidad de someter a la matriz resultante a un proceso de evaluación que ayude a responder las cuestiones relacionadas con la compleción del repertorio, así como con la descripción, el grado de abstracción y la aplicabilidad general de los encuadres.

Para completar esta evaluación, en primer lugar se ordenan los textos analizados de acuerdo a sus encuadres aplicados, y se identifica la falta de algún encuadre no extraído durante el proceso inductivo. En segundo lugar, se comprueba que cada uno de los paquetes de encuadre se puedan describir completamente a través de una extensa lista de dispositivos de encuadre y razonamiento. En tercer lugar, se verifica la coherencia de la cadena de dispositivos de razonamiento (desde la definición de problemas, hasta sus soluciones) propuesta en cada uno de los paquetes de encuadre. Y finalmente, se corrobora el nivel de abstracción de cada uno de los encuadres, para asegurar que éstos se pueda utilizar para dar sentido a diversos eventos o situaciones, y que a su vez cada situación o evento analizado se pueda presentar desde diferentes encuadres.

3.2.2.2 Fase deductiva

Con el fin de cumplir con los estándares de fiabilidad y validez requeridos en el análisis de encuadres, Van Gorp (2010) propone un procedimiento deductivo que elimina la subjetividad del investigador inevitable en fase de inducción previa. Para lograr este resultado, la segunda parte de su propuesta metodológica retoma las técnicas sistemáticas del análisis de contenido para identificar paquetes y dispositivos de encuadre manifiestos en una muestra representativa de textos, y así calcular la medida en que éstos están realmente presentes en el discurso.

3.2.2.2.1 Elaborar un libro de códigos de la matriz de encuadres

El primer paso para llevar a cabo el análisis de contenido deductivo de los encuadres es la elaboración de un libro de códigos con instrucciones precisas para su verificación. De

acuerdo a Van Gorp (2010), una manera de generar dichas directrices es la elaboración de preguntas que ayuden a captar la idea principal de los encuadres en la matriz elaborada previamente. Sin embargo, se sugiere seguir cuatro recomendaciones para asegurar la fiabilidad de los resultados.

1. Limitar la fase deductiva a encuadres que sean mutuamente exclusivos.
2. Usar preguntas cerradas para restringir la interpretación del material.
3. Reconocer claramente los esquemas cognitivos en línea con el contenido proposicional del encuadre.
4. Enfocarse en dispositivos de encuadre regularmente empleados como las metáforas y las elecciones léxicas.

3.2.2.2.2 Buscar clústeres en los dispositivos codificados

En el segundo paso del proceso deductivo se realiza un análisis de las variables estudiadas con el fin de encontrar clústeres que hagan referencia a un encuadre latente. A partir de un análisis factorial, un análisis de clusters, o un análisis de escalamiento multidimensional, el investigador se asegura de que los paquetes de encuadre identificados en la fase inductiva realmente representen grupos reales de elementos textuales. En el caso de no mostrar las mismas dimensiones subyacentes asumidas previamente, el analista puede reinterpretar los elementos que sí conforman un factor determinado y con ello definir nuevos encuadres alternativos.

3.2.2.2.3 Considerar el peso de los paquetes de encuadre

El último paso de este análisis deductivo consiste en determinar en qué grado cada uno de los paquetes de encuadre propuestos en la matriz obtenida de la primera fase se encuentran en la muestra de los textos recolectados. El objetivo de este proceso es el de encontrar tendencias de uso de encuadres a partir del conteo de sus dispositivos en ciertos tipos de medios, en ciertos autores, en ciertos temas o en ciertos periodos de tiempo, pudiendo así ofrecer una visión sobre los ciclos de atención de los encuadres.

Este último análisis, según Van Gorp (2010), debe sin embargo atender a tres importantes cuestiones metodológicas: primero, que un dispositivo no necesita ser repetido

frecuentemente para activar un encuadre determinado en un texto; segundo, que las características de estilo en una publicación pueden afectar el peso de un dispositivo de encuadre frente a otros dentro del texto; y tercero, que las declaraciones originadas por las fuentes citadas dentro de un texto deben ser también consideradas en el conteo de los dispositivos para determinar el peso final de los encuadres en la muestra.

Gracias a este último proceso entonces, el investigador se encarga de verificar y comprobar la composición de los dispositivos de encuadre y de razonamiento encontrados de manera inductiva en la primera fase, eliminando así la subjetividad del análisis y acercándose más hacia resultados que reflejen la aplicación real de los encuadres dentro de los textos mediáticos.

3.3 El análisis de contenido

La investigación de los encuadres en el campo de la comunicación se ha dirigido primordialmente a determinar la forma en que los asuntos son presentados y cubiertos en los medios, utilizando de forma hegemónica una de las técnicas empíricas más importantes en las ciencias sociales: el análisis de contenido.

Esta técnica se presume como un eje central en la propuesta metodológica de Van Gorp (2010) para el análisis de encuadres descrita anteriormente, pues permite profundizar sobre la estructura latente del texto más allá de los elementos discursivos manifiestos, considerando estos constructos latentes decisivos, puesto que los encuadres son variables latentes que emergen a partir de una serie de indicadores manifiestos.

Ya que el análisis de contenido se considera fundamental no sólo para el análisis de encuadres, sino también como una de las técnicas más frecuentemente utilizadas para el estudio cuantitativo de la construcción de agenda, en el presente capítulo se presentan la conceptualización de esta técnica, la descripción de sus componentes y procedimientos, así como sus diversas técnicas emparentadas, con el fin de delinear de forma más específica las bases para las tres etapas propuestas en la presente investigación.

3.3.1 Conceptualización del análisis de contenido

El análisis de contenido es una técnica de interpretación de textos que a través del tiempo ha tenido diversas concepciones cuantitativas y cualitativas para el estudio de los contenidos manifiestos y latentes de la comunicación.

Desde un enfoque cuantitativo, Berelson (citado en Andréu Abela, 2001) define al análisis de contenido como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (p.2) y basa su análisis en el contenido obvio y directo con el fin de asegurar una codificación verificable y fiable.

Desde un enfoque cualitativo, por otro lado, Krippendorff (citado en Andréu Abela, 2001) define al análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (p.3), con un enfoque cuyos fines van más allá de restringirse a la búsqueda de ciertos contenidos dentro de un corpus, para enfocarse en la búsqueda del sentido que estos contenidos poseen dentro del contexto (Díaz Herrera, 2018).

Retomando ambas perspectivas cuantitativas y cualitativas, Bardin (citado en Andréu Abela, 2001) por su parte define al análisis de contenido como un conjunto de técnicas que tienen el fin de obtener indicadores por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, “permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción / recepción (variables inferidas) de estos mensajes” (p.3).

De acuerdo a Andréu Abela (2001), quien realiza una revisión de ésta técnica, explica que desde una concepción general, se puede decir que pertenecen al campo del análisis de contenido todo el conjunto de técnicas tendentes a explicar y sistematizar el contenido de los mensajes comunicativos de textos, con el objetivo de efectuar deducciones concernientes a la fuente – el emisor y su contexto – o eventualmente a sus efectos (Andréu Abela, 2001, p. 3).

3.3.2 Componentes del análisis de contenido

El análisis de contenido posee como una de sus principales fortalezas a la sistematicidad, una característica que le brinda a esta técnica un procedimiento replicable que según Andreú Abela (2001) puede sintetizarse en cinco pasos:

1. Determinar el objeto o tema de análisis.
2. Determinar las reglas de codificación.
3. Determinar el sistema de categorías.
4. Comprobar la fiabilidad del sistema de codificación-categorización.
5. Inferencias.

3.3.2.1 Determinar el objeto o tema de análisis

El primer paso del análisis de contenido de acuerdo a Andreú Abela (2001) consiste en determinar el problema o tema de análisis, lo cual “equivale a seleccionar una dirección, un evento, una situación, un hecho, un comportamiento y delimitar el tiempo, el espacio, las personas y el contexto donde se decide investigar” (p. 11).

En esta etapa, a partir del problema de investigación, se busca también la bibliografía, los conocimientos previos sobre el tema y los marcos teóricos que ayudarán a abordar y explicar los fenómenos sociales.

Las teorías fundamentalmente nos orientarán sobre los hechos sociales que vamos a analizar, nos ayudarán a clasificar y entender el problema, y nos señalará la forma en la que serán seleccionados los datos, también nos ayudarán a explicar la relación de los datos con la realidad de la que se extraen y a pronosticar sus tendencias futuras (Andreú Abela, 2001, p.11).

Una vez que tenemos claro el problema a investigar y el marco teórico en el que se encuadra, posteriormente se realiza la identificación de las unidades de análisis, que de acuerdo a Krippendorff (citado en Andreú Abela, 2001) se pueden dividir en tres tipos: las unidades de muestreo, las unidades de registro y las unidades de contexto.

3.3.2.1.1 Unidades de muestreo

Las unidades de muestreo son aquellas “partes de la realidad sometidas a observación, que el investigador considera como separadas e independientes entre sí” (López-Aranguren, 2016, p.12) y que debido a su gran número se someten a una operación de muestreo.

De acuerdo a Andréu Abela (2001) el proceso de muestreo en el análisis de contenido es similar al usado en otras técnicas de investigación, por lo cual se pueden utilizar, muestreos probabilísticos, estratégicos, y teóricos o combinaciones de varios de ellos (p.13), para obtener unidades de muestreo naturales, como los editoriales, artículos de periódicos, cartas, etc; o unidades de muestreo artificiales, como columnas, bloques de líneas o párrafos (Finkel y Gordo, 2002, p.7).

3.3.2.1.2 Unidades de registro

Las unidades de registro son aquellas partes de la unidad de muestreo que se pueden analizar de forma aislada. Estas pueden definirse como “la mínima porción del contenido que el investigador aísla y separa por aparecer allí uno de los símbolos, palabras claves, slogan, o temas que el investigador considera significativos” (López-Aranguren, 2016, p.12).

Estas unidades de registro de acuerdo a Andréu Abela (2001) pueden ser palabras, temas (frases, conjunto de palabras), caracteres (personas o personajes), párrafos, conceptos (ideas o conjunto de ideas), símbolos semánticos (metáforas, figuras literarias), etc.

3.3.2.1.3 Unidades de contexto

Las unidades de contexto son la porción de la muestra que debe ser examinada para caracterizar una unidad de registro, que en la comunicación escrita por ejemplo se trata de “el pasaje en el que está situada la unidad de registro que define el significado preciso de la misma” (López-Aranguren, 2016, p.13).

De acuerdo a Andréu Abela (2001) “la unidad de contexto suele ser una porción de la comunicación más extensa que la unidad de registro” (p.13) a la cual contiene dentro de sí,

aunque también es posible que la unidad de registro y la de contexto coincidan, y que una unidad de contexto lo sea para varias unidades de registro (Finkel y Gordo, 2002, p.9).

3.3.2.2 Determinar las reglas de codificación

De acuerdo a Krippendorff en su obra de 1997 (citado en Candón Gautier y Márquez Ruiz, 2014) el análisis de contenido se lleva a cabo a través de la codificación, que se refiere al “proceso por el que las características relevantes del contenido de un mensaje son transformadas a unidades que permitan su descripción y análisis preciso” (p.128)

Esta codificación se realiza, según Bardin (citado en Andreú Abela, 2001), a través de siete reglas de recuento: presencia, frecuencia, frecuencia ponderada, intensidad, dirección, orden y contingencia.

1. **Presencia:** Considera la aparición o la ausencia de una unidad de registro como un factor que determina su importancia. A través de esta regla se puede medir por ejemplo si en una entrevista a profundidad se habla o no de un tema.
2. **Frecuencia:** Considera la repetición de una unidad de registro como un factor que determina su importancia. A través de esta regla se puede medir por ejemplo la frecuencia de aparición de ciertos temas en los titulares de un medio.
3. **Frecuencia ponderada:** Considera la aparición de una o varias unidades de registro como más importantes que las demás. A través de esta regla se puede establecer por ejemplo que la frecuencia de un tema específico debe medirse como doblemente importante sobre los demás temas presentes en un medio.
4. **Intensidad:** Considera criterios como el tiempo del verbo, los adverbios de modo, los adjetivos calificativos, los atributos, etc. dentro una unidad de registro como un factor que determina su importancia. A través de esta regla se puede medir por ejemplo la intensidad de una opinión en diversos medios de comunicación.
5. **Dirección:** Considera el sentido bidireccional de una unidad de registro como un factor importante. A través de esta regla se puede medir por ejemplo si un contenido es positivo o negativo.
6. **Orden:** Considera la aparición temporal, importancia o función de las unidades de registro como un factor importante. A través de esta regla se puede medir por ejemplo el orden de los hechos relatados en el desarrollo de una noticia.

7. Contingencia: Considera la presencia simultánea en un momento dado de dos o más unidades de registro en diferentes niveles de códigos o de contextos. A través de esta regla se puede medir por ejemplo la asociación entre los diferentes códigos utilizados en la cobertura de dos temas diferentes en un medio (pp. 14-15).

3.3.2.3 Determinar el sistema de categorías

De acuerdo a López-Aranguren (2016) “el establecimiento del sistema de categorías a utilizar en el análisis es indudablemente el elemento más importante de la infraestructura del análisis de contenido” (p.15), por lo cual la forma de obtención de categorías debe tener en cuenta ciertos requisitos indispensables:

- 1.- Las categorías deben reflejar los objetivos planteados en la investigación, con variables definidas e indicadores específicos.
- 2.- Las categorías deben ser exhaustivas, donde cada unidad de registro debe corresponder a una determinada categoría.
- 3.- No se debe colocar una unidad de registro en más de una categoría, es decir, deben ser excluyentes.
- 4.- Las categorías son independientes entre sí.
- 5.- Las categorías derivan de principios de clasificación, los cuales permiten separar conceptualmente los niveles de análisis (p.16).

Siguiendo la última característica, Badin en 1996 (citado en Andréu Abela, 2001, p.15) expone que las categorías tienen la función de “clasificar elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación, tras la agrupación por analogía, a partir de criterios previamente definidos” (p. 90), proceso que supone buscar lo que cada uno de los elementos tiene en común con los otros.

Para ello será necesaria la creación de un sistema o manual de codificación que permita evaluar las unidades de análisis. Tinto Arandes (2013) propone que este procedimiento se haga a partir de la elaboración de una escala de tipo nominal, de intervalo o de razón para así poder registrar la información proveniente de las unidades de análisis en las categorías ya definidas previamente. Además sostiene que “es importante, en la medida de lo posible, establecer un manual de codificación claro y conciso que no dé lugar a dudas o inadecuadas

interpretaciones, desarrollando las instrucciones e indicaciones pertinentes para las personas encargadas de realizar este proceso de codificación” (p.165).

De esta manera, la codificación permite su representación en índices numéricos o alfabéticos mediante reglas precisas sobre los datos brutos del texto, con el fin de generar una descripción precisa de las características de su contenido, última que se retoma junto a los conocimientos sobre su contexto y su marco teórico, para generar posteriores inferencias.

3.3.2.4 Comprobar la fiabilidad del sistema de codificación-categorización

El criterio de fiabilidad es un aspecto importante dentro del análisis de contenido ya que provee la seguridad de que “los datos han sido obtenidos con independencia del suceso, instrumento o persona que los mide” (Andreú Abela, 2001, p. 19).

Para Andreú Abela (2001) para asegurar que los datos sean fiables y que permanezcan constantes en todas las variaciones del proceso analítico se requiere de la intervención de dos codificadores que de forma independiente describan un conjunto de unidades de registro en los términos de un esquema de clasificación de códigos y categorías. Siguiendo a Krippendorff (1990), éste autor explica que “la fiabilidad se expresa como una función del acuerdo alcanzado entre los codificadores sobre la asignación de las unidades a las diversas categorías” (Andreú Abela, 2001, p. 19).

3.3.2.5 Inferencias

Las inferencias son importantes para el análisis de contenido ya que ayudan a “la formulación de conclusiones acerca de cuestiones no relacionadas con el contenido de mensajes y comunicaciones” (López-Aranguren, 2016, p.22), a partir de los resultados del análisis de contenido que se ha efectuado.

Para realizar estas inferencias, el investigador debe utilizar un marco de referencia teórico que especifique las relaciones entre los datos y su contexto para lograr “establecer el puente entre los datos que analiza y el objetivo que persigue”. (López-Aranguren, 2016, p.42), además de incorporar “consideraciones de carácter histórico-sociológico que enmarquen correctamente las unidades de análisis” (Finkel y Gordo, 2002, p.9).

De acuerdo a Andreú Abela (2001) las inferencias sociológicas que se pueden extraer de un texto son innumerables, y siguiendo a Krippendorff (1990) éstas pueden dividirse en seis tipos:

- Sistemas: Se pueden inferir sistemas extrayendo conocimientos sobre sus componentes, relaciones o transformaciones, con el fin de descubrir tendencias, pautas o diferencias.
- Normas: Se pueden inferir normas que existen en los procesos de identificación, evaluación y verificación, con la que se compara un objeto para establecer de qué clase es o en qué medida es bueno.
- Índices: Se pueden inferir índices como la frecuencia, la identidad o la tendencia cuya importancia depende del grado en que pueda considerarse correlato de otros fenómenos.
- Representaciones lingüísticas: Se pueden inferir representaciones lingüísticas que intervienen mediante la exposición y argumentación sistemáticas en los discursos.
- Comunicaciones: Se pueden inferir comunicaciones, como los intercambios de información y opinión, a través de citas, alusiones, supuestos, actitudes, que aparecen en el texto analizado.
- Procesos institucionales: Se pueden inferir procesos o procedimientos utilizados en cualquier tipo de institución social a partir de sus mensajes (pp. 45-69).

3.3.3 Procedimientos del análisis de contenido cualitativo

Los pasos descritos anteriormente para la aplicación de esta técnica pueden ser aplicados de forma general para cualquier tipo de análisis de textos, sin embargo de acuerdo a Andreú Abela (2001, p.24) en el caso del análisis de contenido de tipo cualitativo, se deben tener en cuenta algunas especificidades en relación al esquema teórico, el tipo de muestra, el sistema de códigos y el control de calidad.

3.3.3.1 Esquema teórico

De acuerdo a Andreú Abela (2001), a diferencia de los estudios cuantitativos que buscan comprobar o demostrar la existencia de una teoría previamente formulada, la estrategia de

una investigación cualitativa se orienta a descubrir, captar y comprender una explicación o un significado. Es decir, “la investigación cualitativa impone un contexto de descubrimiento y exploración mientras que la investigación cuantitativa lo impone de comprobación y contraste” (p.24).

3.3.3.2 Tipo de muestreo

La perspectiva cualitativa, de acuerdo a Andréu Abela (2001), exige que el investigador seleccione la muestra más relevante para el concepto o la teoría que busca. En este procedimiento el investigador selecciona intencionalmente aquellas unidades y dimensiones que le garanticen la calidad y la riqueza de la información.

El tipo de muestreo en los diseños de análisis de contenido cualitativo suele ser el intencional que es aquél en el que los sujetos de la muestra no son elegidos siguiendo las leyes de azar, sino que por el contrario lo hacen de alguna forma intencional (Andréu Abela, 2001, p. 25).

La selección de la muestra, según el citado autor, se puede realizar a partir de dos modalidades: el muestreo opinático y el muestreo teórico. En el primero de ellos el investigador selecciona a su muestra siguiendo criterios estratégicos personales como el conocimiento de la situación, la facilidad o la voluntariedad; y en el segundo, el investigador selecciona su muestra a medida que va coleccionando, codificando y analizando sus datos para perfeccionar una teoría.

A diferencia del muestreo cuantitativo probabilístico en el que se utiliza una muestra representativa, en el muestreo cualitativo no se obedecen reglas fijas ni se especifica previamente el número de unidades a seleccionar, ya que de acuerdo a Andréu Abela (2001) dicho número ha de ser alterado a lo largo del análisis con el fin de seleccionar unidades no previstas o interrumpir la selección de más de ellas.

3.3.3.3 Sistema de códigos

En el caso del sistema de códigos, la perspectiva cualitativa ofrece dos variantes en su procedimiento: el desarrollo de categorías inductivas o la aplicación de categorías deductivas. En la perspectiva inductiva, el investigador va deduciendo las categorías tentativamente paso

a paso a partir de un proceso de feedback en el que según Andréu Abela (2001), estas categorías “se van revisando continuamente hasta obtener la categoría principal” (p.24); y en la perspectiva deductiva estas categorías se formulan previamente desde de la teoría, y su procedimiento es guiado a partir de un libro de códigos que “determina exactamente bajo qué circunstancias un texto puede ser codificado con una categoría” (Andréu Abela, 2001, p.24).

3.3.3.4 Control de calidad

En la perspectiva cualitativa la validación del análisis se realiza mediante “la comprobación de que se ha localizado, al menos tentativamente, el núcleo neurálgico y central del fenómeno que se quiere estudiar” (Andréu Abela, 2001, p.26) para lo cual el investigador debe verificar el valor estratégico de los focos temáticos, textos y situaciones seleccionados para la investigación.

En este último punto el investigador del análisis de contenido cualitativo es capaz de dar sustento y validez a su análisis en razón a la profundidad de su inmersión en el tema investigado ya que él es “quién está directamente relacionado con la formación de categorías temáticas, según sus procedimientos de reducción de categorías” (Arbeláez & Onrubia, citados en Díaz, 2018, p.131), con lo cual en la investigación cualitativa el proceso interpretativo de generación del saber sustenta su validez en la rigurosidad del proceso investigativo.

3.3.4 Técnicas emparentadas del análisis de contenido

El análisis de contenido se encuentra emparentado con otro tipo de técnicas como el análisis lingüístico, el análisis semiótico, el análisis textual, el análisis documental, y el análisis del discurso, sin embargo, es importante resaltar sus diferencias con el fin de definir de forma más clara los límites y los alcances que la técnica presenta.

3.3.4.1 Análisis lingüístico

El análisis de contenido se diferencia del análisis lingüístico, en que este último únicamente pretende describir las reglas de funcionamiento de la lengua mientras que el análisis de contenido trabaja sobre la práctica de ésta por los actores sociales.

Como explica Andréu Abela (2001) “el análisis lingüístico establece el manual de juego de la lengua, y el análisis de contenido, con la ayuda de las partes observables trata por ejemplo de comprender a los jugadores o el ambiente de juego en un momento dado” (p.9).

De acuerdo a este autor, la diferencia estriba en que mientras el análisis lingüístico sólo se ocupa de las formas y su distribución, el análisis de contenido trata de saber lo que hay detrás de éstas y busca interpretar sus significaciones latentes y profundas.

3.3.4.2 Análisis documental

Otra de las técnicas emparentadas del análisis de contenido es el análisis documental, el cual puede definirse como “la operación, o conjunto de operaciones, tendentes a representar el contenido de un documento bajo una forma diferente de la suya original a fin de facilitar su consulta o localización en un estudio ulterior” (Andréu Abela, 2001, p.9).

Este tipo de análisis, aunque podría ser comparado con el análisis categorial temático del análisis de contenido, se diferencia en que el investigador del análisis documental actúa fundamentalmente sobre los documentos para su almacenamiento y consulta, a diferencia del investigador del análisis de contenido quien actúa sobre todo sobre los mensajes comunicativos para establecer inferencias o explicaciones sobre la realidad que los actores pretenden expresar.

3.3.4.3 Análisis textual

El análisis de contenido se diferencia de los análisis textuales en que no sólo se enfocan en los materiales escritos sino que también retoma otros tipos de materiales no textuales para realizar sus observaciones. De acuerdo a Andréu Abela (2001), una de las diferencias más importantes con este tipo de análisis se encuentra en que el objetivo del análisis de contenido alude en realidad a algo que está localizado fuera del texto, y que se definiría como su “sentido”, a diferencia de los análisis textuales que sólo presentan resultados sobre los contenidos manifiestos.

3.3.4.4 Análisis del discurso

El análisis de contenido se asemeja al análisis del discurso en que es una técnica que tiene como búsqueda última el sentido del texto, sin embargo se distingue de ella por que el análisis del discurso se acoge a ciertos enfoques teóricos de nivel interpretativos en los que “cualquier interposición, como la representada por la estricta metodología analítica del análisis de contenido, corre el peligro de ser considerada más como un estorbo que como una ayuda” (Andréu Abela, 2001, p.10).

3.3.4.5 Análisis semiótico

El análisis de contenido se asemeja al análisis semiótico en que este último también se ocupa del significado de los textos, pero se diferencia de éste en que en la semiótica la unidad última de análisis es el signo.

De acuerdo a Andréu Abela (2001), a través de los signos, la semiótica pretende fundamentalmente la construcción del texto más que su análisis y adopta todo un aparato descriptivo interpretativo de las acciones de los sujetos” (p. 10).

Capítulo 4

Análisis del escándalo político de Eva Cadena en Twitter

4.1 Agenda building en Twitter

El escándalo político de Eva Cadena, divulgado por el diario El Universal durante las elecciones locales del año 2017, fue de reconocido alcance y repercusión nacional gracias a diversas plataformas de comunicación que difundieron la noticia y facilitaron el diálogo en el espacio público.

Entre estas plataformas una de las más importantes fue la red social de Twitter que gracias a su mecanismo de trending topics o temas tendencia ayudó a que el escándalo político fuera posicionado como un tema importante dentro de la agenda digital.

Bajo el supuesto de que la construcción de agenda en este espacio digital puede ser realizada por medios de comunicación, políticos y opinión pública de manera equitativa, el reporte que aquí se presenta se enfoca en analizar la participación de cada uno de estos actores en el posicionamiento del escándalo político de Eva Cadena en Twitter.

Se plantea que a pesar de que los contenidos generados por los políticos y la opinión pública tuvieron una mayor popularidad que aquellos generados por los medios de comunicación, estos últimos actores aún dominaron gran parte del espacio público en Twitter con más de la mitad del total de retuits de la muestra analizada.

4.1.1 Propuesta de análisis

El análisis que se presenta en este apartado propone medir el nivel de participación de los tres actores de la comunicación política, su presencia en el espacio público y la popularidad de sus discursos en relación al escándalo político de Eva Cadena, con el fin de identificar los mecanismos de poder que estos actores utilizaron en la plataforma de Twitter.

4.1.1.1 Selección de la muestra

Para la medición de los indicadores de participación y popularidad se analizaron los tuits producidos dentro del Trending Topic “Eva Cadena”, el cual posicionó al escándalo político dentro de la agenda pública digital de Twitter durante un total de 25 horas y 25 minutos del 24 al 28 de abril del 2017 según el sitio web *Trendinalia México* (2017).

Figura 1. Trending Topics “Eva Cadena”

Trending Topic "Eva Cadena"					
Fecha	24 abril	25 abril	26 abril	27 abril	28 abril
Posición en Trending Topic	28	123	36.00	161	66
Duración	7:35	3:10	6:45	2:00	5:55

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Trendinalia México*.

Para la extracción de los tuits que participaron de dicho trending topic se utilizó la herramienta de “búsqueda avanzada” de Twitter con la cual se filtraron los tuits originales y las respuestas publicadas los días 24, 25, 26, 27 y 28 de abril, que contuvieran la frase exacta “Eva Cadena” y que contaran con un mínimo de 20 retuits.

Esta selección se basa en los mecanismos de filtrado de Twitter que otorgan mayor visibilidad a las publicaciones con mayor número de interacciones, como sostienen expertos en analíticas de Twitter al expresar que cuanto mejor sea el “engagement” de los usuarios con los contenidos mayor será su alcance (Twitterbinder, s/f).

Cabe señalar que debido a que la recolección de tuits fue realizada más de dos años después de su publicación, el número de retuits considerado para la selección sólo se consideró como un aproximado, pues cuentas de bots que pudieron haber influenciado la popularidad de los mensajes durante el periodo electoral fueron en su mayoría suspendidas por Twitter entre el año 2017 y 2018 (“Twitter suspendió”, 2018, julio 17).

4.1.1.2 Posiciones de sujeto

Con el fin de estudiar las diferentes formas en que los tres actores de la comunicación política ejercieron el poder dentro del espacio público de Twitter, como primer paso en el análisis se vaciaron manualmente los tuits en una tabla, y se organizaron por tipo y subtipo de actor político de acuerdo a las categorías de actores Wolton (1998): medios, políticos y opinión pública y las subcategorías propuestas en el estudio de Rodríguez Cano (2015):

Medios de comunicación:

- Medios impresos: Cuentas de periódicos o revistas con distribución física y digital.
- Medios digitales: Cuentas de periódicos, revistas u otros sitios web de noticias de publicación exclusivamente digital.
- Medios electrónicos: Cuentas de canales de televisión o estaciones de radio con presencia digital.
- Periodistas: Cuentas personales de comunicadores adscritos a algún medio o periodistas independientes.

Políticos:

- Funcionarios públicos: Cuentas de usuarios que desempeñan funciones en un organismo del Estado.
- Partidos políticos: Cuentas oficiales de partidos políticos nacionales o locales.
- Militantes: Cuentas de usuarios afiliados a algún partido político nacional o local.

Opinión Pública:

- Ciudadanos: Cuentas de usuarios sin ninguna actividad destacada en particular y no ligados a causas de activismo, partidos políticos o funciones públicas.
- Figuras públicas: Cuentas de personas físicas o morales que desempeñan un papel relevante como miembros de organizaciones no gubernamentales o asociaciones civiles.
- Activistas: Cuentas de usuarios ligados de forma explícita a causas que persiguen el cambio político o social.

- Académicos: Cuentas de usuarios cuya principal labor es académica o de investigación.
- Celebridades: Cuentas de usuarios famosos y ampliamente reconocidos en el mundo del espectáculo.
- Cuentas de humor o entretenimiento: Cuentas anónimas dedicadas a entretener, hacer parodia o tuitear de la vida pública de manera humorística.

Para realizar la identificación de las posiciones de sujeto de los usuarios considerados en la muestra se utilizó la información visible en sus cuentas de Twitter (avatar, nombre, cuenta e información de perfil), así como búsquedas en Google en el caso de no haber descripciones visibles o completas en la plataforma.

Cabe mencionar que la clasificación de las posiciones de sujeto realizada en la presente investigación no garantiza que dichos usuarios hayan tenido una posición específica al momento de participar en el trending topic, ya que cabe la posibilidad de que, por ejemplo, las cuentas de ciudadanos o medios fueran pertenecientes a partidos políticos o militantes encubiertos.

4.1.1.3 Medición de la participación

La medición de la participación de los actores de Twitter se realizó por medio del conteo del número de tuits que fueron publicados durante los cinco días del trending topic. Una vez que la muestra fue categorizada y dividida de acuerdo a las posiciones de sujeto, como primer paso se contabilizó el número total de tuits por tipo de actor y subtipo de actor.

Posteriormente para tener una visión más clara de la participación a nivel usuario, se contabilizó el número de cuentas por tipo y subtipo de actor y se dividió el número de tuits entre el número de cuentas en cada categoría. El número resultante reflejó el promedio de tuits que cada usuario dentro de Twitter realizó en relación al escándalo de Eva Cadena y por ende una cifra más objetiva sobre su nivel de participación en la construcción de la agenda pública digital.

4.1.1.4 Medición de la popularidad

La medición de la popularidad de los actores en Twitter se realizó por medio del conteo del número de retuits realizados a las publicaciones analizadas. Para realizar este conteo se registraron en la tabla el número de retuits de cada uno de los tuits de la muestra, y se sumaron los totales por tipo y subtipo de actor político.

Posteriormente para tener una visión más clara de la popularidad a nivel publicación, se dividió el número de retuits entre el número de tuits publicados en cada categoría. El número resultante reflejó el promedio de retuits que cada publicación tuvo, y por ende el nivel de popularidad y visibilidad que los usuarios tuvieron dentro de la agenda pública digital.

4.1.1.5 Medición de la presencia

La medición de la presencia de los actores en Twitter se realizó por medio del conteo de los retuits totales hechos a las publicaciones de cada uno de los tres actores de la comunicación política: medios de comunicación, políticos y opinión pública así como sus subcategorías de actores.

El número de retuits totales, que en esta red social es influido por el número de cuentas, el nivel de participación y el nivel de popularidad en cada categoría, además de mostrar la presencia de los discursos de los tres actores dentro de Twitter, en esta investigación refleja el poder que cada tipo de actor tuvo dentro de este espacio público digital.

4.1.2 Resultados

En esta sección se muestran los resultados del análisis cuantitativo de tuits de cada una de las categorías y subcategorías de actores de la comunicación política en Twitter.

A través de una figura global que compara a los tres actores, y tres figuras individuales que comparan las subcategorías de cada categoría de actor, se muestran los números de tuits, cuentas y retuits totales, así como los promedios de tuits por cuenta y promedios de retuits

por tuit, con el fin de mostrar la presencia, y los niveles participación y popularidad de los actores y sub-actores de la comunicación política en el espacio público de Twitter.

4.1.2.1 Participación de los tres actores de la comunicación política

Figura 2. Actores de la Comunicación Política en Twitter

Actores Políticos en Twitter					
Tipo de Actor	Núm. de Tuits	Núm. de Cuentas	Núm. de Retuits	Promedio de Tuits por Cuenta	Promedio de Retuits por Tuit
Medios	200	69	14868	2.89	74.34
Opinión pública	112	71	8576	1.57	76.57
Políticos	44	30	5789	1.46	131.56

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Twitter*.

Las cuentas de medios de comunicación produjeron más tuits que las cuentas de opinión pública y las cuentas de políticos. Las cuentas de medios de comunicación tuitearon un 97.94% más que las cuentas de políticos y un 84.07% más que las cuentas de opinión pública, reflejando así una participación más activa en relación a la noticia del escándalo.

De igual manera los medios de comunicación fueron los actores que mayor presencia tuvieron dentro del trending topic *Eva Cadena*, ya que sus retuits ocuparon el 50.86% del total de retuits que impulsaron el trending topic, seguido por la opinión pública con el 29.34% y los políticos con el 19.8% del total.

Sin embargo cabe mencionar que a pesar de la significativa presencia de los medios de comunicación en la red social, sus tuits no fueron los más populares entre la audiencia de Twitter, ya que estos fueron los que menos retuits obtuvieron por tuit, teniendo un 2.91% menos que los producidos por la opinión pública y un 43.49% menos que los producidos por los políticos, siendo el contenido de las cuentas de éstos últimos el de mayor popularidad dentro de la red social Twitter.

4.1.2.2. Participación de los medios de comunicación

Figura 3. Medios de Comunicación en Twitter

Medios de Comunicación					
Subtipo de Actor	Núm. de Tuits	Núm. de Cuentas	Núm. de Retuits	Promedio de Tuits por Cuenta	Promedio de Retuits por Tuit
Medio digital	70	20	3833	3.50	54.76
Medio electrónico	13	5	503	2.60	38.69
Medio impreso	33	7	3431	4.71	103.97
Periodista	82	37	7101	2.22	86.60

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Twitter*.

Las cuentas de medios impresos produjeron más tuits que las cuentas de medios digitales, medios electrónicos y periodistas. Las cuentas de medios impresos tuitearon un 34.57% más que las cuentas de medios digitales, un 81.15% más que las cuentas de medios electrónicos y un 112.16% más que las cuentas de periodistas.

Cabe mencionar sin embargo que la subcategoría de periodistas fue la que mayor número de cuentas registró, por lo cual a pesar de ser quienes menor número de tuits por cuenta produjeron, fueron ellos quienes en su conjunto acumularon el mayor número de retuits con el 47.76% del total impulsando así el trending topic *Eva Cadena*.

Asimismo, los tuits producidos por las cuentas de periodistas fueron los segundos que más retuits tuvieron con un promedio de 86.6 retuits por tuit, menos que los medios impresos quienes tuvieron el mayor número con un promedio de 103.97 retuits por tuit, pero más que los medios digitales y los medios electrónicos quienes tuvieron la menor preferencia con un promedio de 54.76 y 38.69 retuits por tuit respectivamente.

4.1.2.3 Participación de los políticos

Figura 4. Políticos en Twitter

Políticos					
Subtipo de Actor	Núm. de Tuits	Núm. de Cuentas	Núm. de Retuits	Promedio de Tuits por Cuenta	Promedio de Retuits por Tuit
Funcionario público	9	7	1111	1.28	123.44
Militante	22	17	2828	1.29	128.55
Partido político	11	6	1850	1.83	168.18

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Twitter*.

Las cuentas oficiales de los partidos políticos fueron las que más tuits registraron con un promedio de 1.83 tuits por cuenta, a comparación de las cuentas de los militantes con un promedio de 1.29 tuits por cuenta y las de los funcionarios públicos con un promedio de 1.28 tuits por cuenta. Gracias a la alta actividad de las cuentas oficiales del partido Morena quienes participaron activamente para informar sobre su posición respecto a la diputada involucrada en el escándalo político, las cuentas de los partidos políticos en promedio produjeron 41.86% más tuits que las cuentas de militantes, y un 42.96% más tuits que las cuentas de los funcionarios públicos.

De la misma forma fueron los tuits de los partidos políticos aquellos que se compartieron más por los usuarios de Twitter, con un promedio de 168.18 retuits por tuit sobre el escándalo de Eva Cadena, seguido por los militantes y los funcionarios públicos con 128.55 y 123.44 retuits por tuit respectivamente.

Sin embargo, no fueron los partidos políticos quienes dominaron el espacio público en Twitter, ya que los militantes, produjeron el 48.85% de los retuits que impulsaron el trending topic de Eva Cadena a comparación de los partidos políticos y de los funcionarios públicos que registraron el 31.96% y el 19.19% de los retuits totales respectivamente.

4.1.2.4 Participación de la opinión pública

Figura 5. Opinión Pública en Twitter

Opinión Pública					
Subtipo de Actor	Núm. de Tuits	Núm. de Cuentas	Núm. de Retuits	Promedio de Tuits por Cuenta	Promedio de Retuits por Tuit
Académico	8	3	652	2.67	81.5
Activistas	61	36	5414	1.69	88.8
Celebridades	3	1	100	3.00	33.3
Ciudadanos	25	21	1552	1.19	62.1
Cuentas de humor	6	5	511	1.20	85.2
Figuras Públicas	7	5	347	1.40	49.6

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Twitter*.

En la categoría de opinión pública, las cuentas de activistas fueron quienes dominaron el espacio público, ya que representaron el 50.7% de las cuentas totales que participaron en el trending topic, seguidos por las cuentas de ciudadanos con el 29.6% del total.

Debido a que el número de activistas que participaron en el trending topic “Eva Cadena” fue significativamente mayor que el de los demás tipos de cuentas de opinión pública, éstos también registraron el 63.13% de los retuits dentro de Twitter, seguidos por las cuentas de ciudadanos con el 18.10% y las de académicos con el 7.6% del total.

Por otro lado cabe mencionar que los tuits de los activistas también fueron las más de mayor preferencia ya que registraron 88.8 retuits por tuit, seguidas por los tuits de las cuentas de humor y académicos con 85.2 y 81.5 retuits por tuit respectivamente.

4.2 Análisis inductivo de encuadres

El escándalo político de Eva Cadena durante las elecciones del año 2017 fue difundido en Twitter a través de diversos encuadres que dieron énfasis a ciertos aspectos del tema con el fin de provocar cambios en la interpretación e influenciar las visiones de la realidad del público.

Bajo el supuesto de que la cultura es la base común para la construcción de los encuadres al contener el conjunto de herramientas conceptuales usadas para transmitir, interpretar, evaluar y explicar las cuestiones importantes de la realidad social, el reporte que aquí se presenta se enfoca en descubrir los encuadres del escándalo político desde la cultura.

Se plantea que la narración de los escándalos políticos en Twitter utiliza doce encuadres de tipo narrativo que relatan las acciones de los personajes, legitimando o deslegitimando su poder al caracterizarles negativamente o positivamente como villanos, ayudantes de los villanos, víctimas o héroes.

4.2.1 Propuesta de análisis

El análisis que se presenta en este apartado propone realizar un análisis sistemático de los discursos sobre el escándalo político de Eva Cadena en Twitter a partir de la codificación abierta, axial y selectiva de dispositivos de encuadre y razonamiento propuesta por Van Gorp (2010), con el fin de identificar paquetes de encuadre culturales compartidos por los tres actores de la comunicación política.

4.2.1.1 Selección de la muestra

Para el análisis inductivo de encuadres se retomaron los tuits recolectados en la primera etapa del análisis de construcción de agenda, es decir, los tuits publicados los días 24, 25, 26, 27 y 28 de abril, que contuvieran la frase exacta “Eva Cadena” y que contaran con un mínimo de 20 retuits.

Debido a que en esta etapa del análisis se propone encontrar los encuadres compartidos por todos los actores de la comunicación política de forma general, ninguna distinción fue realizada entre las posiciones de sujeto identificadas anteriormente.

4.2.1.2 Codificación abierta

En el primer paso del análisis inductivo de encuadres se realizó una codificación abierta de cada uno de los tuits publicados dentro del trending topic “Eva Cadena” sin el uso de instrumentos predefinidos para poder identificar encuadres culturalmente arraigados.

Como fue explicado en el marco teórico de esta investigación, los elementos identificadores de los encuadres se encuentran en los dispositivos de encuadre y los dispositivos de razonamiento, por lo cual en este primer paso dichos elementos fueron numerados y agrupados en una primera matriz de análisis.

De esta forma se encontraron dispositivos de encuadre correspondientes a elementos narrativos manifiestos como metáforas, caracterizaciones de personajes, arquetipos, estereotipos, comparaciones, generalizaciones, citas, palabras claves, y otros aspectos identificadores en el discurso, así como dispositivos de razonamiento correspondientes a las funciones del encuadre señaladas por Entman (1993) y que responden a las preguntas: 1) ¿cómo se define el problema o situación; 2) ¿cuál es la causa o fuente del problema?; 3) ¿Qué evaluación moral se hace, o qué valores morales están en juego?; 6) ¿Cuáles son las recomendaciones para resolver el problema?

4.2.1.3 Organización de códigos

En el segundo paso del análisis inductivo se retomaron los dispositivos de encuadre y de razonamiento, y se organizaron en torno a ideas generales por medio de la comparación de sus diferencias, sus similitudes y sus contrastes.

De esta forma se agruparon los dispositivos de encuadre y razonamiento en ideas generales correspondientes a arquetipos como el villano, el traidor, el ayudante, la víctima, el inocente, el justiciero y el inquisidor; metáforas como la cortina de humo, la guerra sucia, el montaje, el botín conquistado, y el botón de muestra; y valoraciones como impunidad, deshonestidad, responsabilidad y justicia, delineando así una primera división de encuadres.

Sin embargo, al no resultar en una clasificación lo suficientemente excluyente y exhaustiva, se determinó la necesidad de realizar una triangulación con la teoría del escándalo político

propuesta por Thompson (2001) por medio de la cual se encontraron ideas generales correspondientes a las etapas del cuento edificante o el relato popular, una forma de discurso que de acuerdo a este autor se presenta con frecuencia en el desarrollo del escándalo mediático.

Así, con base en las etapas del escándalo mediático descritas por Thompson (2001) y la morfología del cuento descrita por Vladimir Propp (1974), se identificaron doce encuadres en el discurso del escándalo político de Eva Cadena: transgresión, engaño, complicidad, divulgación, opinión, petición, investigación, resolución, castigo, aceptación, reparación y victoria.

4.2.1.3 Codificación selectiva

En el tercer y último paso del análisis inductivo de encuadres se realizó una codificación selectiva con el propósito de reducir los dispositivos de encuadre y de razonamiento encontrados en el primer paso, en paquetes de encuadre guiados por las doce ideas generales identificadas en el segundo paso.

Para ello se utilizó una matriz de encuadres (véase figura 6) en la que para cada encuadre identificado se detallaron las cuatro funciones de Entman (1993): definir problemas, diagnosticar causas, hacer juicios y sugerir remedios.

Figura 6. Matriz de Encuadres

Encuadre	Definir problema	Diagnosticar causas	Hacer juicios	Sugerir remedios
-----------------	-------------------------	----------------------------	----------------------	-------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de Entman (1993).

Cabe señalar que la descripción de dichos encuadres y sus correspondientes dispositivos de razonamiento además de utilizar los hallazgos resultantes de la codificación inicial, también se basó en un ejercicio de triangulación que consideró la teoría del escándalo de Thompson (2001), la morfología del cuento de Propp (1974), y el propio desarrollo del escándalo de Eva Cadena descrito en el capítulo seis de esta investigación.

4.2.1.4 Evaluación de la matriz de encuadres

En la fase de evaluación propuesta por Van Gorp (2010) se realizó la identificación de los encuadres en los textos analizados, y se comprobó su exhaustividad, exclusividad y coherencia, comprobando que todos los tuits de la muestra hubieran utilizado al menos uno de los encuadres analizados, que los encuadres no se confundieran entre sí dentro del discurso, y que los dispositivos de razonamiento enlistados en la matriz de encuadres tuvieran coherencia en relación a los textos analizados.

4.2.2 Resultados

La siguiente figura muestra los doce encuadres identificados en el análisis inductivo de textos sobre el escándalo político de Eva Cadena en Twitter. En la primera columna de cada fila se identifica el elemento narrativo que recoge la idea central organizadora del encuadre, y en las siguientes cuatro columnas se señalan sucesivamente la definición del problema, las causas, los juicios de valor, y los remedios sugeridos.

Figura 7. Encuadres del escándalo político de “Eva Cadena”

Encuadre	Definir problema	Diagnosticar causas	Hacer juicios	Sugerir remedios
1. Transgresión	Un sujeto transgrede una prohibición y provoca un daño	El deseo de un sujeto por un objeto o recurso	Deshonestidad, corrupción, perversidad	La reparación del daño
2. Engaño	Un sujeto engaña a alguien por medio de una mentira o una trampa	La ingenuidad del sujeto engañado	Deshonestidad, impureza, vileza, ingenuidad	La revelación de la verdad
3. Complicidad	Un sujeto es asistido o participa con otras personas en la ejecución de algún acto	La proposición, oferta o mandato de un sujeto a su colaborador o ayudante	Deshonestidad, complicidad, secretismo, corrupción	El descubrimiento de los implicados en la fechoría
4. Divulgación	Un sujeto difunde información para acusar, defender o brindar más datos sobre algún problema	La importancia o relevancia de un asunto	Relevancia, prontitud, deshonestidad, descaro	La atención de otros sujetos acerca del asunto
5. Opinión	Un sujeto da a conocer sus ideas, juicios o interpretaciones sobre algo o alguien	El efecto que un suceso provoca en la moral o sentimientos de un sujeto	(Valores diversos)	La aprobación de la opinión expresada
6. Petición	Un sujeto realiza una petición a algún sujeto o autoridad	El daño o la carencia sufrida por un sujeto	Deshonestidad, inocencia, parcialidad, eficacia	El actuar del sujeto responsable

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7. Encuadres del escándalo político de “Eva Cadena”

Encuadre	Definir problema	Diagnosticar causas	Hacer juicios	Sugerir remedios
7. Investigación	Un sujeto realiza una investigación sobre algún asunto	La necesidad o demanda por la verdad sobre algún asunto	Eficacia, responsabilidad, pertinencia, parcialidad, ineficiencia	La obtención de la verdad
8. Resolución	Un sujeto toma una decisión sobre lo que habrá de suceder con algún asunto	La comprensión de un sujeto sobre un asunto	Prontitud, congruencia, responsabilidad, justicia	La aprobación de la decisión tomada
9. Castigo	Un sujeto sanciona el actuar incorrecto de alguien	La resolución de un sujeto sobre un asunto	Justicia, efectividad, responsabilidad, imparcialidad,	El reconocimiento y emulación del castigo ejemplarizante
10. Aceptación	Un sujeto acepta su responsabilidad o culpa	La petición o demanda realizada a un sujeto para que acepte su responsabilidad	Responsabilidad, respeto, justicia, valentía, honestidad	El perdón de la falta cometida o el reconocimiento de la honestidad del sujeto
11. Reparación	Un sujeto compone un daño o repara una carencia	La decisión de un sujeto de solucionar el daño o carencia	Responsabilidad, honestidad, humildad	La complacencia por la reparación del daño
12. Victoria	Un sujeto gana una batalla contra su oponente	La guerra producida entre dos o más sujetos	Superación, confianza, valentía, odio, vileza, fracaso	La obtención del objeto en disputa

Fuente: Elaboración propia.

1. Transgresión. Este encuadre aborda la violación a la ley o la moral por un sujeto con el fin de obtener un recurso económico, simbólico o cultural. Su discurso retoma la función narrativa de la “transgresión” propuesta por Propp (1974) en la cual se muestra al agresor con un papel que consiste en “provocar una desgracia, en hacer daño, en causar un perjuicio” (p.39).

En este encuadre se describen por un lado las transgresiones de orden legal como la corrupción, el robo o la recaudación ilegal de dinero, y por otro lado las transgresiones de orden moral como la desvergüenza o la falta de respeto, razón por la cual sus descripciones se acompañan muy frecuentemente de descalificativos.

Los antivalores que con frecuencia acompañan a este discurso son los de deshonestidad, falsedad, corrupción y perversidad, los cuales descalifican al sujeto que transgrede la prohibición.

Las causas de dicha transgresión propuestas en el discurso son la ambición por el dinero o el poder, un carácter inherentemente corrupto del villano, o incluso un modus operandi o mafias que involucran a sujetos y transgresiones más allá de las inicialmente abordadas.

Aunque la mayoría de las veces sólo se busca la descalificación de los sujetos como solución al problema, en algunas ocasiones también se sugiere la investigación y la clarificación del asunto o el castigo de los responsables.

2. Engaño. Este encuadre presenta el engaño preparado por un sujeto a otro con el fin de obtener un objeto deseado. Su discurso retoma la función narrativa del “engaño” en la cual, según Propp (1974) “el agresor intenta engañar a su víctima para apoderarse de ella o de sus bienes” (p.41).

En este encuadre se describe al engaño de diferentes maneras para resaltar las motivaciones o las formas en las que dicho acto se presenta, utilizando términos y expresiones como “trampa”, “poner un cuatro”, “cortina de humo”, “caja china”, “montaje”, “complot”, “infiltrada” y “chamaqueada”.

Los antivalores que acompañan este discurso son los de deshonestidad, impureza, y vileza para el agresor, y los de ingenuidad, torpeza, honestidad e inocencia para la víctima.

Ya que este encuadre se utiliza con frecuencia por los acusados de la transgresión inicial para presentarse como víctimas, la causa más propuesta en el discurso se refiere a la ingenuidad de los sujetos engañados. Sin embargo, también se pueden presentar como causas las pasadas transgresiones que el agresor busca ocultar o a la ambición por el poder que el agresor busca obtener por medio del engaño.

Similar al encuadre de la transgresión, las soluciones presentadas son las de la intervención de las autoridades en la investigación, la clarificación del asunto, la aplicación de un castigo, así como el reconocimiento sobre la culpa del agresor y la inocencia de la víctima.

3. Complicidad. Este encuadre aborda la relación entre dos o más personas en la realización de una actividad de carácter delictivo. Su discurso se basa en el concepto de “cómplice” que según la Real Academia Española (2014) se refiere a aquel que participa o es asociado “en crimen o culpa imputable a dos o más personas” (definición 2).

En este encuadre se describe la participación o la asistencia de un sujeto en la ejecución de la transgresión o el engaño, y se califica a éste como ayudante o asistente de otro sujeto agresor que coordina las acciones delictivas a mayor escala. En este caso en particular, la figura del cómplice se utiliza para describir a la acusada de la transgresión inicial como una “recaudadora” de su líder político, o como una “infiltrada” que ayuda en la descalificación del partido al que pertenece.

Los antivalores que se resaltan en el discurso son los de deshonestidad, complicidad, secretismo y corrupción, que en su mayoría son dirigidos a los líderes de quienes los ayudantes son cómplices.

En el caso analizado el encuadre pone mayor énfasis en el carácter delictivo del agresor más que en el de su ayudante, por lo cual las causas del problema también se le atribuyen a dicho agresor, siendo éste quien induce o incluso somete al sujeto para que éste le ayude en su cometido y quien planea la acción delictiva conjunta para obtener el objeto, recurso o poder que busca obtener.

De esta forma, la solución propuesta en los discursos del encuadre de complicidad es la de descubrir a los implicados en el proceso, reconocer la culpa del agresor que coordina las acciones delictivas y castigar a quienes resulten responsables del delito.

4. Divulgación. Este encuadre destaca el acto de difundir información con el fin de acusar, defender o revelar un problema o un asunto. Éste se basa en el concepto de “divulgación”, una actividad comunicativa que se extiende más allá del ámbito privado y que se refiere a la acción y efecto de “publicar, extender, poner al alcance del público algo” (Real Academia Española, 2014, definición 1).

Además de ser la acción más básica realizada por la mayoría de los autores de los textos analizados, ésta constituye un encuadre en sí mismo, ya que dentro de sus discursos se tiene la elección de presentar lo divulgado por los distintos personajes involucrados en el asunto, tomando o no una posición ante ello.

La mayoría de las ocasiones este encuadre es introducido por medio de citas directas con el uso de comillas o dos puntos, o por medio de citas indirectas con el uso de los verbos del decir: “manifestar”, “difundir”, “revelar”, “asegurar”, “aclarar”, “negar”, “acusar”, “defender”, etc.

Ya que este encuadre se refiere a una acción comunicativa neutra, los valores o antivalores referidos en éste pueden resultar variados dependiendo de la posición que el autor tome, pudiendo calificarse al informador con adjetivos que van desde la relevancia y la prontitud, hasta la deshonestidad y el descaro.

Además, al igual que sus variadas valoraciones, este acto puede ser causado por situaciones de diversa índole, como lo son la ocurrencia de un suceso importante para el público, un ataque que requiere de una justificación o una defensa, o una resolución, castigo o victoria que merecen ser difundidas; lo mismo que puede proponer diversas soluciones, que van desde la atención del público en el asunto, y la devaluación o exaltación de algún personaje, hasta la respuesta de las autoridades en la investigación, resolución o castigo por el problema divulgado.

5. Opinión. Este encuadre expone las ideas, conceptos o juicios de los personajes involucrados acerca de algo o alguien. Su discurso se basa en la difusión de un pensamiento subjetivo en donde los personajes toman partido sobre un asunto o personaje, ya sea valorándolo de forma negativa o positiva, diagnosticando sus causas, o proponiendo soluciones.

En este encuadre al igual que en el anterior se utilizan citas directas o indirectas con el uso de comillas, dos puntos, o los verbos del decir, y se hace referencia a diversos valores dependiendo de la posición del autor sobre las opiniones a las que hace referencia.

Sin embargo, las causas que provocan la difusión de las opiniones, más allá de referirse a los acontecimientos ocurridos como en el caso de la divulgación, se basan en el efecto que éstos provocan en la moral o en los sentimientos de los autores, pudiendo ser sentimientos de indignación, pena, agravio, diversión o admiración.

6. Petición. Este encuadre destaca una petición o una demanda realizada por un sujeto a otro con el fin de resolver un problema. Por lo general, su discurso ilustra la función narrativa de la “mediación” o el “momento de transición” en que de acuerdo a Propp (1974) la víctima se dirige al héroe con una orden (p.47), pero en este caso se presenta también la posibilidad de que los arquetipos involucrados en la petición varíen.

Como en el caso de la divulgación y la opinión, la petición además de ser una acción que puede ser realizada por el autor del discurso analizado, también es un encuadre en sí mismo que se muestra a través del uso de citas directas o indirectas introducidas por comillas, dos puntos, o los verbos “pedir”, “demandar”, “exigir”, “solicitar”, “denunciar”, “suplicar”, etc.

De esta manera en los textos analizados se muestran tanto peticiones a los acusados de la transgresión para que revelen la verdad, como peticiones a las autoridades para que se investiguen o se castiguen a los responsables de algún problema. Por lo tanto los valores y antivalores que se muestran son variados, desde la deshonestidad o inocencia de los acusados, hasta la parcialidad o eficacia de las autoridades.

En cuanto a las causas de la petición, éstas se pueden ubicar en el deseo de algún objeto o en la necesidad de resolver algún problema o daño sufrido y su solución se ubica en la intervención de un tercero para la obtención de dichos objetivos.

7. Investigación. Este encuadre presenta la indagación o la búsqueda de la verdad realizada por un sujeto o una institución. Su discurso enfatiza el papel del arquetipo del “héroe-buscador” cuya acción principal dentro del relato, según Propp (1974) , consiste en “la partida para efectuar la búsqueda” (p.92).

Dentro del discurso de este caso en particular, el papel del héroe-buscador que investiga la verdad es representado por las fiscalías, las comisiones de los partidos y otras autoridades judiciales que, dentro del sistema de la democracia, tienen la facultad y la responsabilidad de llevar a cabo dicha indagatoria.

Debido a que a estos organismos tienen el papel de héroes dentro de la mayoría de los textos, los valores con los que más se les relaciona son los de eficacia, responsabilidad y pertinencia; sin embargo, en algunos casos a éstos también se les muestra como autoridades parciales e ineficientes que actúan como cómplices de otros villanos o agresores.

En cualquiera de los dos sentidos anteriormente mencionados la investigación realizada por las autoridades encuentra sus causas en la petición realizada por algún sujeto afectado o la responsabilidad previamente conferida por el estado, y sus soluciones en la revelación de la verdad y la depuración de las responsabilidades.

8. Resolución. Este encuadre aborda las decisiones tomadas por los sujetos con el fin de resolver un problema. Su discurso se asemeja a la función narrativa del “principio de la acción contraria” con la que Propp (1974) identifica el momento en que el héroe decide actuar, sin embargo, además del héroe puede involucrar diversos arquetipos y momentos dentro del desarrollo de la trama.

Al referirse a acciones que aún no han sido realizadas, los textos analizados usualmente presentan este encuadre utilizando verbos formulados en tiempo futuro, como “investigará”, “expulsará”, “obligará”, etc., para referirse a las acciones que los sujetos o las autoridades han decidido.

Ya que en su mayoría se representa a los sujetos que toman las decisiones como héroes o jueces, los valores que se muestran en el discurso son los de prontitud, congruencia, responsabilidad y justicia, aunque una crítica negativa a la decisión podría conllevar también el uso de antivalores en las descripciones.

En cuanto a las causas que provocan la toma de decisiones, en su mayoría se asemejan a las descritas en el encuadre de la investigación, es decir, la demanda realizada por algún tercero o la responsabilidad conferida a un organismo por el estado, sin embargo éstas también podrían ubicarse en una simple necesidad o una carencia que obligan al sujeto a tomar una decisión para resolverla.

9. Castigo. Este encuadre presenta la sanción impuesta a un sujeto por cometer un delito y transgredir la ley. Su discurso coincide con la función narrativa del “castigo” que en Propp (1974) corresponde a la esfera de acción del “justiciero” (p. 72), un arquetipo que según Sunkel (citado en Marin Albaladejo, 2017) “predomina en la narrativa periodística del escándalo político y cuyas acciones se corresponden también con las del héroe de la narrativa literaria” (p. 350).

En este caso particular, el encuadre es frecuentemente utilizado para enaltecer los valores de justicia, efectividad, responsabilidad e imparcialidad de los justicieros representados por los líderes de los partidos políticos; aunque también puede ser utilizado como un contra-encuadre para descalificar a las instituciones que no castigan a sus miembros corruptos.

Las causas que originan el castigo se encuentran en los delitos cometidos por los villanos o en las demandas y responsabilidades conferidas a las autoridades para aplicar sanciones, pero en este caso en particular, también se encuentran en la necesidad de las autoridades partidistas de legitimarse a sí mismas para desvincularse de los delitos por medio del castigo a sus miembros.

De esta manera la solución propuesta en los discursos de este encuadre es la de reconocer las acciones ejemplarizantes de la autoridad, emular la aplicación de justicia en otros casos de corrupción, o desviar la mirada de la opinión pública hacia asuntos más importantes en la agenda.

10. Aceptación. Este encuadre aborda la aceptación de un sujeto respecto a su culpa, responsabilidad o castigo. Su discurso se presenta como una respuesta favorable a una demanda, imputación o acusación en la cual se recibe “voluntariamente o sin oposición lo que se da, ofrece o encarga” (Real Academia Española, 2014, definición 1).

Aunque este encuadre se puede usar para mostrar la aceptación de todo tipo de personajes respecto a diversas demandas, en este caso en particular dicha acción es comúnmente realizada por los agresores o los villanos a los que previamente se les pide que accedan a declarar, reconozcan sus culpas, o solucionen el daño provocado.

En este sentido, los valores que se destacan a través de este encuadre son los de responsabilidad, respeto, justicia, valentía y honestidad, por los cuales se sugiere que como solución se produzca el reconocimiento de las cualidades del sujeto así como el perdón de su culpa.

11. Reparación. Este encuadre pone el foco en el arreglo de un daño o una carencia sufrida por algún sujeto. Su discurso retoma la función narrativa de la “reparación” en donde según Propp (1974) la trama alcanza su culminación al resolver “la fechoría o la carencia del momento en que se trenza la intriga” (p.62).

En el discurso de este caso en particular, el encuadre de la reparación es utilizado para describir la acción del villano al devolver el dinero robado en el momento de la transgresión, razón por la cual se destacan los valores de responsabilidad, honestidad y humildad.

En cuanto a las causas de dicha reparación éstas se encuentran en la aceptación de la culpa o responsabilidad del sujeto, su arrepentimiento, o la petición de un tercero sobre la acción reparadora.

Al ser uno de los puntos finales de la trama, éste representa en sí mismo una solución, sin embargo al igual que el “castigo”, éste puede sugerir el reconocimiento público de la acción del sujeto o la emulación de la reparación por otros sujetos.

12. Victoria. Este encuadre aborda el triunfo de un sujeto sobre otro en el contexto de una guerra o una competencia. Su discurso se basa en la función narrativa de la “victoria”, en donde según Propp (1974) “el agresor es vencido” (p.62).

En el discurso este encuadre es usado generalmente para celebrar a un personaje mientras se denigra a otro, considerando al primero como un héroe o una víctima que resulta triunfante gracias a su poder, y al segundo como un agresor que pierde la batalla pese a sus intentos por dañar a su oponente.

En los textos de este encuadre se utilizan con frecuencia las oraciones exclamativas que expresan sentimientos de orgullo y alegría, a la vez que resaltan los valores de superación, confianza y valentía del héroe o la víctima triunfante, y los antivalores de odio, vileza y fracaso del agresor o el villano perdedor.

En este encuadre las causas pueden encontrarse en una acción defensiva del héroe o la víctima, la acción de un ayudante o en el poder innato del sujeto, y las soluciones propuestas pueden consistir en el reconocimiento del poder del sujeto y la derrota del villano.

4.3 Análisis deductivo de encuadres

La plataforma de Twitter fue en el marco de las elecciones locales de México en el año 2017 un espacio público abierto para la comunicación política entre los medios de comunicación, políticos y opinión pública, quienes participaron en diferentes grados en torno al escándalo político de Eva Cadena.

Debido a que en la presente investigación se busca conocer no sólo el grado de participación, popularidad y presencia de los actores de la comunicación política en torno al tema en Twitter, sino también el grado en que éstos utilizaron los encuadres del escándalo para evocar diversas interpretaciones en el público, en esta parte de la investigación se realiza un análisis deductivo de los doce encuadres encontrados en la fase inductiva anterior.

En el reporte que aquí se presenta se retoman pues las técnicas sistemáticas del análisis de contenido, para medir la presencia de los doce paquetes de encuadre sobre el escándalo

político a través de un libro de códigos que retoman dispositivos de encuadre manifiestos y dispositivos de razonamiento latentes.

Se plantea que aunque los tres actores de la comunicación política utilizaron los encuadres narrativos sobre el escándalo político en diferentes grados, su participación muestra una tendencia similar que privilegió de forma significativa el uso de encuadres para exponer la transgresión, el engaño y la complicidad así como las reacciones públicas de los involucrados y de terceras personas sobre el suceso.

4.3.1 Propuesta de análisis

El análisis que se presenta en este apartado propone medir el nivel de uso de los encuadres narrativos del escándalo político por los tres actores de la comunicación política durante su participación en el espacio público del trending topic “Eva Cadena” en Twitter, con el fin de revelar diferencias y similitudes en su interpretación sobre el suceso político.

4.3.1.2 Selección de la muestra

Para el análisis deductivo de encuadres sobre el escándalo político de Eva Cadena se retomó la muestra de tuits organizada por tipo de actor resultante de la primer etapa de la investigación, la cual, de acuerdo los resultados, se compuso de 200 tuits de medios de comunicación, 112 tuits de la opinión pública y 44 tuits de políticos.

Ya que en este análisis deductivo se buscó identificar el grado en que diversos encuadres fueron utilizados por los tres tipos de actores de la comunicación política dentro de la agenda pública digital de Twitter, la muestra no fue extendida a un mayor número de textos ya que estos podrían no haber tenido suficiente visibilidad dentro de la red social.

4.3.1.3 Elaboración de un libro de códigos

En la primera parte del análisis deductivo se elaboró un libro de códigos (véase figura 7) para identificar la presencia de los encuadres en los tuits de la muestra. Éste consistió de preguntas cerradas y listas de dispositivos como metáforas, verbos y otras elecciones léxicas, las cuales ayudaron a restringir la interpretación del material.

Figura 8. Libro de códigos de encuadres del escándalo político “Eva Cadena”

Encuadre	Pregunta cerrada	Dispositivos de encuadre
1. Transgresión	¿El texto habla sobre la acción ilegal o inmoral de algún sujeto?	Términos: corrupción, recepción de fondos, delito electoral, robo Elecciones léxicas: sarcasmo, ironía o contrastes que reflejan que una acción es considerada ilegal o inmoral
2. Engaño	¿El texto habla sobre la acción de algún sujeto considerada como engaño, mentira o trampa?	Términos: trampa, montaje, cortina de humo, caja china, circo, encubrimiento, mentira, infiltrada, chamaqueada, farsante Elecciones léxicas: sarcasmo, ironía o preguntas que cuestionan la verdad y califican un asunto como falso
3. Complicidad	¿El texto habla sobre la colaboración de dos o más sujetos en una acción ilegal o inmoral?	Términos: recaudación, coautoría, cercanía, compra de candidaturas, PRIAN, #PANesDuarte Elecciones léxicas: preposiciones "con" y "para", referencia a acciones que favorecen a otros sujetos o referencia a afiliaciones partidistas contrarias
4. Divulgación	¿El texto habla sobre el discurso de algún sujeto con el fin de divulgar hechos?	Términos: decir, asegurar, rechazar, negar, defender, acusar, informar Elecciones léxicas: descripción objetiva de hechos en citas directas o indirectas, referencia a información publicada por un sujeto o medio
5. Opinión	¿El texto habla sobre el discurso de algún sujeto con el fin de opinar?	Elecciones léxicas: adjetivos, términos que expresan emociones, o que califican e interpretan un hecho o un sujeto, suposiciones, conjeturas o recomendaciones en citas directas o indirectas
6. Petición	¿El texto habla sobre la petición o	Términos: denunciar, exigir, pedir,

	demanda de algún sujeto?	solicitar
7. Investigación	¿El texto habla sobre la investigación de algún sujeto?	Términos: investigación, proceso, expediente Elecciones léxicas: referencia al proceso de búsqueda realizado por la fiscalía
8. Resolución	¿El texto habla sobre la decisión de algún sujeto?	Elecciones léxicas: verbos en futuro, referencia a acciones que serán realizadas en el futuro
9. Castigo	¿El texto habla sobre el castigo o sanción de algún sujeto?	Términos: sanción, castigo, expulsión, desafuero, retirar candidatura
10. Aceptación	¿El texto habla sobre la aceptación de algún sujeto sobre su culpa o responsabilidad?	Términos: aceptar, estar de acuerdo, estar dispuesto
11. Reparación	¿El texto habla sobre la reparación de daños de algún sujeto?	Términos: declinar, renunciar, pedir disculpas, devolver dinero, corregir
12. Victoria	¿El texto habla sobre la victoria o derrota de algún sujeto?	Términos: ganar, derrotar, recuperar terreno, seguir arriba Elecciones léxicas: oposiciones binarias que celebran la propia fuerza y devalúan la debilidad del otro

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1.4 Medición del peso de los paquetes de encuadre

En la segunda parte del análisis deductivo se midió el peso de los paquetes de encuadre utilizados por los tres actores de la comunicación política en su participación dentro de Twitter con el propósito de encontrar sus tendencias de uso.

Para llevar a cabo la medición se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

1. Se consideraron únicamente los encuadres utilizados por los autores de los tuits.
2. Se consideró que un tuit podía contener más de un encuadre.

3. No se consideraron los encuadres utilizados por los personajes citados de forma directa o indirecta.
4. No se consideraron como encuadres a las acciones realizadas por los autores originales de los tuits, por ejemplo: divulgación, opinión, petición, etc.

Una vez finalizado el conteo de encuadres en los tuits producidos por medios, políticos y opinión pública, se calculó su peso en relación a la cantidad de tuits totales con el fin de tener una visión más clara al momento de compararlos. De esta manera se dividió el total de encuadres entre el total de tuits de cada actor y se obtuvo el porcentaje de presencia de cada encuadre en las tres categorías de actores.

4.3.2 Resultados

La siguiente figura muestra el número de tuits y el porcentaje de tuits que presentaron cada uno de los doce encuadres en las tres muestras de discursos producidos por medios de comunicación, políticos y opinión pública.

Figura 9. Porcentajes de presencia de encuadres

Encuadre	Medios		Políticos		Opinión Pública	
	Número de tuits	Porcentaje de tuits	Número de tuits	Porcentaje de tuits	Número de tuits	Porcentaje de tuits
1. Transgresión	74	37%	24	55%	43	38%
2. Engaño	26	13%	11	25%	40	36%
3. Complicidad	36	18%	16	36%	43	38%
4. Divulgación	56	28%	5	11%	18	16%
5. Opinión	50	25%	6	14%	11	10%
6. Petición	20	10%	2	5%	10	9%
7. Investigación	11	6%	2	5%	5	4%
8. Resolución	7	4%	5	11%	1	1%
9. Castigo	16	8%	3	7%	10	9%
10. Aceptación	11	6%	0	0%	2	2%
11. Reparación	14	7%	4	9%	6	5%
12. Victoria	1	1%	1	2%	3	3%

Fuente: Elaboración propia.

El análisis cuantitativo de encuadres sobre el escándalo político de Eva Cadena revela algunas coincidencias y diferencias en cuanto a su presencia en los textos producidos por los tres actores de la comunicación política en Twitter.

Una visión general de los resultados muestra por un lado una tendencia común en cuanto a los encuadres de mayor y menor uso por medios, políticos y opinión pública, coincidiendo los de transgresión, divulgación, opinión, complicidad y engaño como los de mayor peso, y los de investigación, aceptación, resolución, reparación y victoria como los de menor peso.

Sin embargo, una visión particular de los resultados muestra por otro lado diversos niveles de uso de encuadres en las diferentes categorías de actores, resaltando el mayor uso de los encuadres de divulgación y opinión en la categoría de los medios de comunicación, del encuadre de transgresión en la categoría de los políticos, y del encuadre de engaño en la categoría de la opinión pública.

Conclusiones

Con esta investigación se ha buscado hacer una aportación al estudio del escándalo político en las redes sociales digitales conforme a las teorías del agenda setting y el framing por medio de un análisis de la presencia y de los discursos de los medios de comunicación, los políticos y la opinión pública sobre el escándalo político de Eva Cadena en la plataforma de Twitter durante las elecciones locales en México en el año 2017.

Para cumplir con los objetivos de esta investigación, se utilizó un diseño triangular que, bajo la técnica del análisis de contenido y análisis de encuadres de Van Gorp (2010), combinó perspectivas cuantitativas y cualitativas para el estudio de la construcción de agenda y el empleo de encuadres por los tres tipos de actores de la comunicación política. Tras la aplicación del modelo de análisis, y conforme a las preguntas de investigación planteadas en la introducción de esta investigación, las conclusiones alcanzadas en este trabajo son las siguientes.

1. Un nivel alto de participación, más que de popularidad, determinó la presencia de los actores de la comunicación política en el espacio público de Twitter.

El análisis de tuits en el trending topic “Eva Cadena” mostró que la presencia de los actores de la comunicación política con sus discursos en el espacio público de Twitter dependió más de un nivel alto de participación que de su grado de popularidad.

Ya que la publicación constante de tuits es un recurso más sencillo que la búsqueda de retuits para la expansión de los discursos de los actores de la comunicación política en Twitter, éste fue el factor determinante en su dominio en el espacio público en ésta red social.

Esto se demostró en la comparación realizada entre los medios de comunicación y los políticos en relación a sus discursos sobre el tema “Eva Cadena”, ya que mientras los políticos fueron los actores con la mayor popularidad por tuit, los retuits a sus discursos sólo representaron el 20% del total entre los tres actores, a diferencia de los medios de comunicación, que aunque tuvieron la menor popularidad por tuit fueron los actores con la

mayor presencia en el espacio público de Twitter contando con más del 50% de los retuits totales.

De esta manera se sostiene que aunque los retuits son una medida importante de popularidad que influye en la visibilidad de los discursos en el espacio público, es la publicación constante de tuits la que determina que ciertos actores tengan más o menor presencia con sus discursos en el espacio público de Twitter.

2. Los medios de comunicación fueron los actores de la comunicación política con mayor presencia en el espacio público Twitter

Los medios de comunicación fueron los actores de la comunicación política que mayor presencia tuvieron en el espacio público de Twitter en relación al escándalo político de Eva Cadena, ya que como se señaló anteriormente, aunque tuvieron una baja popularidad por tuit, fueron los actores que mayor participación tuvieron sobre el tema, con una producción de casi el doble de tuits por cuenta que los políticos y la opinión pública.

Dentro de esta categoría, los medios impresos tuvieron una participación considerablemente más activa y una mayor popularidad por tuit que los demás subtipos de medios, lo cual muestra que los medios tradicionales aún mantienen un papel importante en la comunicación política digital y sus discursos aún son considerados como importantes para los usuarios de Twitter.

Los periodistas independientes destacaron en número de usuarios con más de la mitad de las cuentas participantes en el espacio público analizado. Gracias a esto, aunque tuvieron el promedio de participación por cuenta más bajo en su categoría, éste subtipo de actor tuvo la mayor presencia en el espacio público con casi la mitad de los retuits del total entre los medios de comunicación. Estos resultados se corresponden con lo señalado en el marco contextual sobre el uso cada vez más creciente de los periodistas de microblogs como Twitter, en donde el ingrediente principal es la interacción que dichos profesionales mantienen con sus audiencias.

Los medios digitales, aunque fueron los segundos con mayor número de cuentas, tuits por cuenta y retuits totales en la muestra analizada, no tuvieron un promedio alto de popularidad

por tuit, quedando en tercer lugar dentro de la categoría de los medios de comunicación. Estos resultados sugieren que aunque se encuentran en su ambiente nativo, estos medios digitales aún no han logrado tener la preferencia de los usuarios, quienes en relación al escándalo político de Eva Cadena prefirieron los contenidos creados por los medios tradicionales impresos y los periodistas por encima de los nuevos medios de distribución exclusivamente digital.

Los medios electrónicos fueron quienes menor número de cuentas, tuits totales, retuits por tuit y retuits totales registraron en su categoría. Estos resultados sugieren que los medios electrónicos no se han adaptado tan bien como los medios tradicionales impresos a las redes digitales o no tuvieron un interés importante de participar en el trending topic estudiado. Cabe la posibilidad, sin embargo, de que estos medios electrónicos no estén teniendo una presencia como instituciones en Twitter, sino a través de sus periodistas, llevando sus encuadres a las redes sociales a través de las cuentas personales de quienes encabezan sus programas, una hipótesis que se propone como línea de estudio posterior.

3. Los políticos fueron los actores de la comunicación política con mayor popularidad en el espacio público de Twitter

Los políticos fueron los actores de la comunicación política que mayor popularidad tuvieron en el espacio público de Twitter en relación al escándalo político de Eva Cadena contando con alrededor del 74 por ciento más retuits por tuit que los medios de comunicación y la opinión pública.

Sin embargo, como fue señalado anteriormente, los políticos fueron también los actores de la comunicación política que menor participación y presencia tuvieron dentro del espacio público de Twitter con menos del 20 por ciento de las cuentas totales, y alrededor del cincuenta por ciento menos tuits por cuenta que los medios de comunicación.

Estos resultados sugieren que sí los políticos aprovecharan su alto nivel de popularidad dentro de Twitter para producir más contenido en el espacio público de los trending topics, su alcance y su presencia en esta red social se vería significativamente incrementada.

Dentro de esta categoría, los militantes de algún partido político fueron quienes mayor presencia tuvieron dentro de la categoría de políticos en Twitter con alrededor de la mitad del número de cuentas, tuits y retuits totales. Como en el caso de los periodistas en la categoría de medios de comunicación, en esta categoría destacó la presencia de las cuentas de individuos más que de las cuentas de instituciones, contando también con el segundo lugar de preferencia de los usuarios.

Los partidos políticos a pesar de contar con el menor número de cuentas en la categoría de políticos, fueron quienes mayor participación y popularidad tuvieron con alrededor del 42 por ciento más tuits por cuenta y 34 por ciento más retuits por tuit que los otros dos subtipos de actor. Estos resultados sugieren que los usuarios de esta red social consideraron sus discursos relevantes, quizás por su papel como representantes o voceros de los partidos involucrados en el escándalo político.

Los funcionarios públicos aunque con un número similar de cuentas y tuits que los partidos políticos, tuvieron la menor popularidad y el menor número de retuits totales dentro de su categoría, números que sugieren que los usuarios de esta red social no consideraron sus discursos relevantes quizás por el carácter más neutral de los funcionarios en relación a las luchas partidistas generadas en el contexto del escándalo político y las elecciones locales en México.

4. La opinión pública destacó en su diversidad y número de usuarios, pero no en su nivel de participación ni en su popularidad

La opinión pública fue la categoría de actores de la comunicación política con el mayor número de cuentas en el espacio público de Twitter en relación al escándalo político de Eva Cadena contando con alrededor del 42 por ciento del total de cuentas entre los tres tipos de actores.

Sin embargo, la opinión pública no fue la que mayor presencia tuvo dentro de Twitter quedando en segundo lugar debido a su reducida participación y popularidad en comparación con los medios de comunicación y los políticos que registraron mayor número de tuits por cuenta y retuits por tuit respectivamente.

Estos resultados sugieren que a diferencia de los medios de comunicación y los políticos, los individuos y las organizaciones que participaron dentro de la categoría de la opinión pública, aunque se involucraron en la discusión del escándalo político en general no tuvieron una popularidad significativa ni un nivel de participación suficientemente alto que les ayudara a expandir sus discursos en el espacio público. Sobre esto último, podría decirse que el rol de la opinión pública no fue tan importante, pues aunque expresaron cierta desaprobación, que es un requisito del desarrollo del escándalo, estos quizás consideraron al escándalo como un rasgo rutinario de la vida social, una posibilidad que expresa Thompson (2001) y que se propone como una línea de estudio posterior.

Dentro de la categoría de la opinión pública, los activistas fueron los actores que mayor presencia tuvieron por su mayor número de cuentas y tuits, así como su mayor popularidad respecto a los demás subtipos de actores. Estos resultados sugieren que los activistas no sólo se involucran más en la política que el resto de los actores de la opinión pública, sino que también han sabido aprovechar el poder de las redes para impulsar sus discursos en el espacio público digital.

Los ciudadanos fueron el segundo subtipo de actor con mayor presencia en el espacio público principalmente gracias a su elevado número de cuentas y tuits totales y una popularidad media en comparación con los demás subtipos de actores dentro de la categoría de la opinión pública. Sin embargo, los ciudadanos también fueron los actores que menor participación tuvieron por cuenta dentro de su categoría, lo cual sugiere que su presencia en el espacio público no se generó gracias a su participación individual, sino a su participación en conjunto.

Las cuentas de humor aunque sólo contaron con el seis por ciento del total de retuits dentro de la categoría de la opinión pública debido a su bajo número de cuentas y reducida participación, éstas tuvieron el segundo lugar de popularidad en comparación con los demás subtipos de actores en su categoría. Estos resultados sugieren que los usuarios en Twitter tuvieron una significativa preferencia por los discursos que ridiculizan la política como una forma de descalificar a ciertos personajes o al sistema político en general.

Las celebridades fueron el subtipo de actor con la menor presencia dentro de Twitter en relación al escándalo debido a que en este sólo participó una cuenta, y a que su popularidad

fue la más baja dentro de la categoría de la opinión pública. Este subtipo de actor produjo un número de tuits superior a las demás cuentas en la categoría de la opinión pública, sin embargo debido a que no se trata más que de una cuenta, no es posible suponer que tal participación sea representativa.

Los académicos fueron los segundos subtipos de actores con la mayor participación por cuenta y los terceros en popularidad por tuit y presencia en el espacio público dentro de la categoría de la opinión pública. Estos resultados sugieren que aunque el número de los académicos que participaron del escándalo político no fue muy significativo, aquellos que sí lo hicieron tuvieron un interés importante en difundir sus discursos en el espacio público digital.

5. La triangulación contribuye al estudio de los encuadres desde un enfoque en la cultura

El estudio de la representación simbólica del escándalo político a través de la teoría del encuadre en la presente investigación propone una triangulación de teorías y métodos cuantitativos y cualitativos con el fin de enriquecer y profundizar en el estudio de este complejo fenómeno comunicativo y cultural.

Desde la perspectiva mixta, justificada en el séptimo capítulo de la presente investigación, se retomó el modelo secuencial de estudio de encuadres propuesto por Van Gorp (2007) con el fin de aprovechar las fortalezas de las perspectivas cualitativas y cuantitativas, y reforzar la validez de los resultados.

Esta perspectiva también permitió realizar una triangulación de teorías que además de estudiar al encuadre como un fenómeno cultural desde la perspectiva de Van Gorp (2007), permitió retomar la teoría del escándalo político de Thompson (2001) y sus procesos específicos en el discurso, con el fin de inducir paquetes de encuadre consecuentes con las características y las fases propias de éste fenómeno comunicativo.

6. La representación simbólica de los hechos del escándalo político es realizada a través de encuadres de tipo narrativos

La investigación de encuadres realizada a través de la triangulación de la propuesta metodológica de Van Gorp (2010) y la teoría del escándalo político de Thompson (2001) resultó en la extracción de doce encuadres de tipo narrativos que fueron utilizados por los tres actores de la comunicación política en la representación simbólica del escándalo político de Eva Cadena en Twitter.

La inducción de estos encuadres se apoyó en la idea de que el escándalo político se presenta en los medios en el formato de un moderno cuento edificante según Thompson (2001), por lo cual la codificación abierta de los textos resultó en la identificación de temas culturales de tipo narrativos que relatan las etapas de una historia con héroes, villanos, víctimas y ayudantes.

De esta manera, se encontró que dichos encuadres narrativos se corresponden con los procesos de legitimación y deslegitimación en el discurso, pues al relatar las acciones de los personajes, estos encuadres les caracterizan negativamente como villanos o ayudantes de los villanos, o positivamente como víctimas o héroes.

7. Los dispositivos de encuadre y de razonamiento de los paquetes de encuadre aunque comparten un tema cultural en común son elementos flexibles a interpretaciones subjetivas

Los paquetes de encuadre identificados utilizando la técnica de Van Gorp (2010) agruparon diferentes dispositivos de encuadre y de razonamiento en unidades coherentes en torno a temas culturales narrativos específicos. Sin embargo, como se muestra en la descripción de los encuadres en el capítulo once de esta investigación, en el análisis se encontraron interpretaciones diversas en cuanto a las causas, las soluciones y las valoraciones propuestas en cada uno de ellos.

Dicha diversidad de interpretaciones se debió a que en la presente investigación se analizaron los discursos realizados por 170 usuarios diferentes, con interpretaciones de causas, consecuencias y valoraciones diversas, y a que el análisis de los dispositivos de cada uno de

los encuadres resultó limitado debido al formato del microblog, que en la muestra analizada restringe los textos a tan sólo 140 caracteres, y que por lo tanto limitó la identificación de causas, consecuencias y valoraciones en cada uno de los discursos.

Las características particulares de la muestra por lo tanto impidieron que se generaran paquetes de encuadre con interpretaciones específicas y excluyentes entre sí, ya que por ejemplo, al hablar de cierta transgresión, cuando para un autor la causa se remitía a la ambición del sujeto, para otro se remitía al engaño planeado por otro sujeto, y cuando para un autor la solución propuesta era la investigación, para otro autor lo era el castigo.

Es por esta diversidad de variantes descubiertas en cuanto a las situaciones descritas y sus dispositivos de encuadre, que en esta investigación se propuso una tipología de encuadres lo suficientemente amplia para facilitar su aplicación a diversas situaciones y sujetos, pero lo suficientemente específica para activar interpretaciones narrativas compartidas en la cultura sobre las acciones de los personajes.

A partir de los encuadres narrativos por lo tanto es posible describir distintos tipos de situaciones, causas y soluciones, las cuales sin embargo se agrupan en una misma idea. Por ejemplo, a partir del encuadre del engaño un autor puede describir la infiltración de Eva Cadena en Morena y sugerir su expulsión del partido, y otro autor puede describir la trampa que un partido rival le tendió a Eva Cadena y sugerir la investigación del caso, de esta forma legitimando o deslegitimando a los personajes dependiendo de sus intereses.

Por todo esto se sugiere que la matriz de encuadres aunque ayuda a la identificación de temas culturales comunes, ésta puede ser una herramienta metodológica más adecuada para el análisis de textos de mayor longitud y muestras más delimitadas, ya que la presencia de dispositivos de encuadre y de razonamiento pueden encontrarse agrupados en los textos de una forma más clara y precisa tanto en la fase inductiva como en la fase deductiva del proceso metodológico propuesto por Van Gorp (2010).

8. Los tres tipos de actores de la comunicación política utilizan los doce encuadres en un grado similar

El análisis deductivo de los doce encuadres encontrados en el escándalo político de Eva Cadena reveló que éstos tuvieron una tendencia similar en las tres categorías de actores de la comunicación política.

Aunque, como fue señalado anteriormente, se encontraron diversos tipos de interpretaciones específicas sobre los sucesos y los personajes del escándalo dentro de las tres categorías de actores, los grados de uso de los encuadres narrativos coincidieron en que, entre los mayormente usados, se encontraron los de transgresión, complicidad, engaño, divulgación y opinión, y entre los menormente usados, se encontraron los de investigación, aceptación, resolución, reparación y victoria.

Estos resultados sugieren que la discusión sobre el escándalo político en el espacio público se generó más activamente durante las fases del escándalo en las cuales se expusieron los problemas -las transgresiones, los engaños y las complicidades-, así como las declaraciones de los personajes involucrados -divulgación y opinión-; y menos activamente durante las fases del escándalo, en las cuales se habló de las consecuencias de dichos problemas -la investigación, la aceptación, la resolución, la reparación y la victoria-.

Por una parte se observa que el mayor uso de encuadres para exponer la transgresión, el engaño y la complicidad así como la reacción de los involucrados y de las terceras personas, tienen sentido con los principales elementos del escándalo, que en la definición propuesta por Thompson (2001) son las acciones que implican ciertos tipos de transgresión, la puesta en conocimiento de terceros, y la respuesta pública, elementos que tienen el propósito de atacar los capitales simbólicos de los involucrados.

Por otra parte, se observa que el menor uso de los encuadres que hablan sobre la investigación, la aceptación, la resolución, la reparación y la victoria, tienen sentido con la descripción del escándalo en Thompson (2001), la cual no propone a dichas consecuencias como constitutivas del escándalo, sino como variables dependientes de la reacción del público y de las autoridades, últimas que pueden llevar a la admisión de culpabilidad, la

dimisión o el proceso penal, o por el contrario, el desplome del caso y la disipación del escándalo.

9. Los medios de comunicación favorecen el uso de fuentes y citas por medio de los encuadres de divulgación y opinión

El análisis comparativo de los encuadres entre las tres categorías de actores de la comunicación política reveló que los medios de comunicación utilizan los encuadres de divulgación y opinión en mayor medida que los políticos y la opinión pública.

Estos resultados sugieren que aunque las redes sociales han permitido que los políticos y la opinión pública publiquen sus propias informaciones y opiniones en el espacio público sin la necesidad de los medios de comunicación tradicionales, éstos aún desempeñan un papel importante en la exposición de las revelaciones, las alegaciones y las denuncias constitutivas del escándalo político.

De esta forma es posible observar que en Twitter estos medios de comunicación aún mantienen la función descrita por Thompson (2001) de operar como “un dispositivo que enmarca los acontecimientos, concentra la atención sobre un individuo o sobre una supuesta actividad” (p.108), a través del énfasis en las acciones y los discursos de ciertos individuos, una selección que más allá de mostrar su objetividad frente al escándalo, revelan su preferencia por determinadas interpretaciones sobre el suceso y los personajes involucrados.

10. Los políticos privilegian el uso del encuadre de la transgresión con el fin de deslegitimar a sus oponentes

El análisis comparativo de los encuadres entre las tres categorías de actores de la comunicación política reveló que los políticos utilizan el encuadre de transgresión en mayor medida que los medios de comunicación y la opinión pública, con una presencia de más del cincuenta por ciento de sus mensajes.

Estos resultados sugieren que los políticos realizaron una labor de deslegitimación más fuerte que los demás actores de la comunicación política a través de sus discursos sobre el escándalo, ya que como se explicó anteriormente, bajo el encuadre de la transgresión se

califica a ciertos individuos como villanos por la realización de acciones que transgreden la ley o la moral.

Este fenómeno se corresponde con la descripción del escándalo político en la democracia que según Thompson (2001) es utilizado por partidos y grupos de interés como un arma poderosa de ataque que lastima la reputación del oponente y ayuda a obtener el éxito electoral.

11. La opinión pública interpreta el escándalo por medio del encuadre del engaño

El análisis comparativo de los encuadres entre las tres categorías de actores de la comunicación política reveló que la opinión pública utiliza el encuadre del engaño en mayor medida que los medios de comunicación y los políticos.

Similar al encuadre de la transgresión, éste propone la descalificación de ciertos individuos que son considerados como villanos, sin embargo en este contexto, éste encuadre es también utilizado como una justificación o una explicación de la transgresión inicialmente revelada en el escándalo.

Como se explicó en el capítulo once de esta investigación, el encuadre del engaño se identificó en la muestra analizada a través de términos como infiltrada, chamaqueada, cortina de humo y montaje, interpretando situaciones que aunque difieren en sus responsables, afectados, causas y soluciones, hacen todas referencia a la utilización del escándalo como un arma con el fin de obtener algún tipo de poder simbólico, económico o político.

Referencias

- Abre Fiscalía de Veracruz tercera investigación contra Eva Cadena (2017, mayo 2) *El Universal*
Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de
<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2017/05/2/abre-fiscalia-de-veracruz-tercera-investigacion-contra-eva-cadena>
- Acosta Valencia, G. L. (2013) Deslegitimación en el discurso político. *Discurso y sociedad*, 7(2), 364-391. Revisado el 8 de diciembre de 2020. Tomado de
<https://www.researchgate.net/publication/308991526>
- Acusa Rocío Nahle a hermana del fiscal de Veracruz de dar dinero a Eva Cadena (2017, mayo 25) *El Universal* Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de
<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/05/25/acusa-rocio-nahle-hermana-del-fiscal-de-veracruz-de-dar-dinero>
- Alcántara, S. (2017, abril 24) “Ya nadie le cree” a AMLO, dice Anaya sobre video de Eva Cadena. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de
<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/2017/04/24/ya-nadie-le-cree-amlo-dice-anaya-sobre-video-de-eva-cadena>
- Anadón, M. (2008 septiembre) La investigación llamada "cualitativa": de la dinámica de su evolución a los innegables logros y los cuestionamientos presentes. *Revista Investigación y Educación en Enfermería*, XXVI(2), 198-211
- Andréu Abela, J. (2001) *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. (Documento de trabajo S200103) España: Universidad de Granada, Fundación Centro Estudios Andaluces. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de
<https://www.centrodeestudiosandaluces.es/publicaciones/tecnicas-de-analisis-de-contenido-una-revision-actualizada>
- Ardèvol-Abreu, A. (2015) Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 423-450. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053>

Aruguete, N. (2017, enero-junio) Agenda building. Revisión de la literatura sobre el proceso de construcción de la agenda mediática. *Signo y Pensamiento XXXVI (70)*, 36-52. Revisado el 10 de octubre de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp36-70.abril>

Asociación de Internet. MX. (2018, mayo) *13° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2017*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de https://irp-cdn.multiscreensite.com/81280eda/files/uploaded/13_Estudio_Habitos_del_Usuario_2017.pdf

Ávila, E. (2017, abril 24) “Grave” que Eva Cadena recibiera dinero, asegura Yunes. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2017/04/24/grave-que-eva-cadena-recibiera-dinero-asegura-yunes>

Ávila, E. (2017, abril 26) Eva Cadena presenta denuncia por difusión de video. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2017/04/26/eva-cadena-presenta-denuncia-por-difusion-de-video-0>

Ávila, E. (2017, junio 27) Congreso quita el fuero a Eva Cadena. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2017/06/27/congreso-quita-el-fuero-eva-cadena>

Ávila, E. (2017, mayo 26) Hermana de fiscal veracruzano denuncia a Nahle por difamación. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/05/26/hermana-de-fiscal-veracruzano-denuncia-nahle-por-difamacion>

Baquero Velásquez, J. M. (1991). "Les actants, les acteurs et les figures", de A. J. Greimas. *Forma y Función*, (5), 65-76. Tomado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/formayfuncion/article/view/16887>

Becerril, A. (2017, mayo 3) Atrapa escándalo a una “franciscana”; perfil de Eva Cadena Sandoval. *Excelsior*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/05/03/1161200>

- Blanco, N. y Pirela, J. (2016, enero-abril) La complementariedad metodológica: Estrategia de integración de enfoques en la investigación social. *Espacios Públicos*, 19(45), 97-111. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67646966005>
- Bogdan, R. y Taylor, S.J. (1994) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. (2a reimpresión de la 1a ed. en español; J. Piatigorsky Trad.) Barcelona, España: Paidós (Obra original publicada en 1984)
- Bolívar Meza, R. (2014) MORENA el partido del lopezobradorismo. *POLIS*, 10(2), 71-103. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/polis/v10n2/v10n2a4.pdf>
- Bravo Mena, L.F. (2014) *Acción Nacional. Ayer y hoy. Una esencia en busca de futuro*. México: Grijalbo
- Cáceres, P. (2003) Análisis de contenido: Una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectivas*, II(1), 53-81. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=171018074008>
- Candón Gautier, L., y Márquez Ruiz, C.D. (2014) La credibilidad del discurso político y mediático en un contexto de crisis económica (2009-2011). En Padilla Castillo, G. (coord.) *Tendencias innovadoras en modelos comunicativos*. (pp. 127-145) Madrid, España: ACCI.
- Carazo Barrantes, C. (2018) Periodismo y agenda setting: una discusión sobre el interés por asuntos públicos de la ciudadanía. *Revista de Ciencias Sociales*, II(160), 15-35. Revisado el 20 de abril de 2020. Tomado de <https://revistacienciasociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS160/01-CARAZO.pdf>
- Castells, M. (2008, enero-marzo) Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 74, 13-24. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2012/07/120704.pdf>
- Castells, M. (2009) *Comunicación y poder* (M. Hernández Díaz Trad.) Madrid, España: Alianza Editorial (Obra original publicada en 2009)

- Castells, M. (2010, junio 23) *Comunicación y poder en la sociedad red*. Ponencia presentada en la Cátedra Globalización y Democracia. Chile: Universidad Diego Portales. Revisado el 14 de diciembre de 2020. Tomado de https://globalizacionydemocracia.udp.cl/wp-content/uploads/2014/03/MANUEL_CASTELLS_2010.pdf
- Castro R., A. y Saavedra Guajardo, E. (2007) La investigación cualitativa, una discusión presente. *Liberabit. Revista de Psicología*, 13, 63-69. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68601308>
- Ceron, A., Curini, L., e Iacus, S.M. (2014, agosto) *Twitter and the traditional media: Who is the real agenda setter?* [Twitter y los medios tradicionales. ¿Quién es el verdadero organizador de la agenda?]. Ponencia presentada en la conferencia anual de la Asociación Americana de la Ciencia Política (APSA), Washington, D.C. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2454310##
- Ceron, A., Curini, L., e Iacus, S.M. (2016) First and second-level agenda setting in the Twittersphere: An application to the Italian political debate [Primer y segundo nivel de agenda setting en la Twitosfera. Una aplicación al debate político italiano]. *Journal of Information Technology and Politics*, 13(2), 159-174. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <http://dx.doi.org/10.1080/19331681.2016.1160266>
- Chilton, P. y Schäffner, C. (2000) Discurso y política. En Van Dijk, T.A. (comp.) *El discurso como interacción social*. (1a ed.) España: Gedisa.
- Cometí un error; presentaré mi renuncia a candidatura por Morena: Eva Cadena (2017, abril 24) *MVS Noticias*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://mvsnoticias.com/podcasts/segunda-emision-con-luis-cardenas/cometi-un-error-presentare-mi-renuncia-a-candidatura-por-morena-eva-cadena-240/>
- Conway-Silva, B.A., Filer, C.R., Kenski, K., y Tsetsi, E. (2018) Reassessing Twitter's Agenda-Building Power: An Analysis of Intermedia Agenda-Setting Effects During the 2016 Presidential Primary Season. [Reevaluación del poder de construcción de la agenda de Twitter: un análisis de los efectos del intermedia agenda setting durante la temporada de primarias presidenciales de 2016] *Social Science Computer Review*. 36(4):469-483. Revisado el 10 de octubre de 2021. Tomado de <https://doi.org/10.1177/0894439317715430>

- Corona, A. y Muñoz, B.A. (2018, enero-marzo) Twitter y la organización partidista local durante la elección estatal de Coahuila, 2017. *Question/Cuestión*, 1(57), e021 Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.24215/16696581e021>
- Corporación Latinobarómetro (2017) *Informe Latinobarómetro 2017*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://www.latinobarometro.org/LATDocs/F00006433-InfLatinobarometro2017.pdf>
- Correa Sánchez, H. (2012) *La función estratégica de “legitimación-deslegitimación” en los discursos de asunción al mando de cuatro mandatarios chilenos*. Tesis de maestría, Universidad de Chile. Santiago de Chile.
- Dader, J.L. (2001, febrero) Ciberdemocracia: el mito realizable. *Palabra Clave*, (4), 35-50. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64900403>
- Dávila, I. (2016, julio 11) Morena designa a la maestra Delfina Gómez para consolidar al partido en el Edomex. *La Jornada*, p.6. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.jornada.com.mx/2016/07/11/politica/006n1pol>
- Derrota en Edomex recrudece disputa interna en el PAN (2017, junio 5) *Forbes*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.forbes.com.mx/derrota-pan-edomex-disputa-candidatura-presidencial/>
- DeVresse, C.H. (2005) News framing: Theory and typology [Encuadre noticioso: Teoría y tipología] *Information Design Journal + Document Design*,13(1),51-62. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <http://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- Díaz Herrera, C. (2018) Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. *Revista General de Información y Documentación*, 28(1), 119-142. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de <http://dx.doi.org/10.5209/RGID.60813>
- Díaz Jiménez, O.F. (2019) El sistema de partidos mexicano después de la elección crítica de 2018. Desalineamiento, cartelización y desinstitucionalización. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, XXIV(V), 33-71. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15829.06889>

- Díaz Jiménez, O.F. y Heras Gómez, L. (2017, julio-diciembre) Las redes sociales en las campañas de los candidatos a diputados locales del PRI, el PAN y el PRD en las elecciones de 2015 en el Estado de México. *Apuntes Electorales*, 16(57), 71-108. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://aelectorales.ieem.org.mx/index.php/ae/article/view/90/38>
- Díaz Jiménez, O.F., Heras Gómez, L. y Medrano González, R. (Coords.) (2017) *Partidos políticos, campañas electorales y redes sociales en lo local: Elecciones 2015 en el Estado de México*. México: Fontamara.
- Diputada que recibió dinero dijo que “cayó en la trampa”: Cuitláhuac García (2017, abril 24) *El Universal* Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/24/diputada-que-recibio-dinero-dijo-que-cayo-en-la-trampa>
- Donolo, D. S., (2009, agosto) Triangulación: Procedimiento incorporado a nuevas metodologías de investigación. *Revista Digital Universitaria*, 10(8), 1-10. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de <http://www.revista.unam.mx/vol.10/num8/art53/int53-5.htm#a>
- Dorantes, G. L. (2008, septiembre-diciembre) La construcción de la agenda de poder. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, (L)204, 77-99. Revisado el 12 de enero de 2021. Tomado de: <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2008.204.41987>
- Dussel, E. (2006, agosto 22) Legalidad y Legitimidad. *La Jornada*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.jornada.com.mx/2006/08/22/index.php?section=opinion&article=022a1pol>
- Encinas Rodríguez, A. (2017) *El fracaso del sistema electoral en México. Elecciones en el Estado de México 2017*. Ciudad de México, México: FUNDLOCAL. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://www.alejandroencinas.mx/wp-content/uploads/2018/09/8El-fracaso-del-sistema-electoral-en-M%C3%A9xico-2017.pdf>

- Enríquez Robledo, A.C., López Franco, R., y Ruiz López, W.E. (2019, agosto) *La crisis de las ideologías políticas y el multipartidismo en las elecciones estatales en Coahuila, 2017*. Ponencia presentada en X Congreso Latinoamericano de Ciencia Política Alacip, “Nueva configuración del Poder y desafíos actuales de la democracia en América Latina”, Monterrey, México Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://alacip.org/cong19/367-enriquez-19.pdf>
- Entman, R. M. (1993) Framing: Toward clarification of a fractured paradigm [Framing: Hacia la clarificación de un paradigma fracturado]. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- El Colegio de México (2021) *Diccionario del Español de México (DEM)*, (2a edición) Revisado el 5 de febrero de 2021. Tomado de <http://dem.colmex.mx>
- Eva Cadena acusa que nuevo video “está editado” (2017, abril 27) *El Universal* Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/27/eva-cadena-acusa-que-nuevo-video-esta-editado>
- Fenoll, V. (2016, noviembre) *Estudios de framing mediante análisis textual asistido por computadora*. Actas del III Congreso de INCOM-Chile 2016, Chile: Universidad Católica de la Santísima Concepción. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de <http://incomchile.cl/recursos/>
- Fernández, H., y Jiménez, H. (2017, junio 5) Anaya, Guadiana y Guerrero arman frente en Coahuila contra el PRI. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2017/06/5/anaya-guadiana-y-guerrero-arm-an-frente-en-coahuila-contra-el-pri>
- Ferry, J.M. (1998) Las transformaciones de la publicidad política. En Ferry, J.M., Wolton, D., et al. *El nuevo espacio público* (2a ed., pp. 13-27) Barcelona, España: Gedisa
- Finkel, L. y Gordo, A. (2002, enero) *Análisis de Contenido. (Materiales didácticos)*. España, Universidad de la Rioja. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de <https://www.researchgate.net/publication/271849220>

- Fuica González, C. (2013) El discurso político de resistencia en las redes sociales: el caso de los memes desde una perspectiva crítica y multimodal. *Contextos: Estudios de humanidades y ciencias sociales*, (30), 37-48. Revisado el 9 de diciembre de 2020. Tomado de <http://revistas.umce.cl/index.php/contextos/article/view/312>.
- Fuster Guillen, D.E. (2019, enero-abril) Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- Gallegos, Z. (2017, junio 5) El candidato del PAN-PRD en Nayarit se impone a un PRI tildado de narco y corrupto. *El País*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de https://elpais.com/internacional/2017/06/05/mexico/1496636621_546514.html
- Gallegos, Z. (2017, mayo 31) Las elecciones en Nayarit, entre la corrupción del PRI y el hijo de un cacique. *El País*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de https://elpais.com/internacional/2017/05/31/mexico/1496195355_207701.html
- García, A. (2017, mayo 25) Culpa Rocío Nahle a Yunes por “videoscándalos”. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/05/25/culpa-rocio-nahle-yunes-por-videoscandalos>
- García, C. y Gómez, R. (2017, abril 26) Abre fiscalía investigación contra Eva Cadena. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/26/abre-fiscalia-investigacion-contra-eva-cadena>
- Gil de Zúñiga, H., Molyneux, L. y Zheng, P.. (2014, agosto) Social media, political expression, and political participation: Panel analysis of lagged and concurrent relationships [Redes sociales, expresión política y participación política: análisis de panel de relaciones rezagadas y concurrentes]. *Journal of Communication*, 64(4), 612-634. Revisado el 20 de abril de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.1111/jcom.12103>
- Gil Olmos, J. (2017, noviembre 22) La Corrupción y el PRI. *Proceso*. Revisado el 05 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.proceso.com.mx/512113/la-corrupcion-pri>

- Gillan, K. (2007, abril) *Understanding activists' political theories: A hermeneutic methodology for frame analysis* [Entendiendo las teorías de los activistas políticos: una metodología hermenéutica para el análisis de encuadres] Ponencia presentada en la 57° Conferencia Anual de la Asociación de Estudios Políticos. Reino Unido: University of Bath. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de <http://www.kevingillan.info/articles-papers/44>
- Giménez, G. (2011, septiembre) Comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas. *Cultura y representaciones sociales*, 6(11), 109-132. Revisado el 20 de abril de 2020. Tomado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102011000200005&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Gómez-Restrepo, C. y Okuda Benavides, M. (2005) Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, XXXIV(1), 118-124. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80628403009>
- Gómez, E. (2017, junio 6) Avanzan Morena y PAN-PRD en Veracruz; debacle de PRI-PVEM. *La Jornada*, p.7. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.jornada.com.mx/2017/06/06/politica/007n3pol>
- Haenlein, M. y Kaplan, A. (2010, febrero) Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media [Usuarios del mundo, ¡únanse! Los desafíos y las oportunidades de las redes sociales]. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. Revisado el 20 de abril de 2020. Tomado de <http://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Hernández González, C.A. (2015) *Participación política en redes sociales en internet: forma alternativa de representatividad*. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). México.
- Hernández Sampieri, R. (2014) *Metodología de la Investigación* (6a ed.) México: McGraw-Hill
- Hernández Vicencio, T. (2018) El Partido Acción Nacional en Veracruz. El triunfo de un partido pequeño en las elecciones de 2016 y 2017. *POLIS Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 14(1), 15-42. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332018000100015

- Herrero-Curiel, E. (2011) El periodismo en el siglo de las redes sociales. *Vivat Academia*, XIV(117), 1113-1128. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959075.pdf>
- Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) (2017) *Análisis Estadístico de los Resultados de la Elección de Gobernador del Estado de México, Proceso Electoral 2016-2017*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.ieem.org.mx/organizacion/estadistico/indexesta.html>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) (2018, febrero 20) *En México 71.3 millones de usuarios de internet y 17.4 millones de hogares con conexión a este servicio: ENDUTIH 2017* [Comunicado de prensa] Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/105-18endutih2017logos.pdf>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) (2018) *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/medios-y-contenidos-audiovisuales/encca18nacional.pdf>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) (2020, febrero 17) *En México hay 80.6 millones de usuarios de internet y 86.5 millones de usuarios de teléfonos celulares: ENDUTIH 2019* [Comunicado de prensa] Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/comunicadoendutih_0.pdf
- Instituto Nacional Electoral (INE). (2014) *Reforma Constitucional 2014*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.ine.mx/sobre-el-ine/reforma-constitucional-2014/>
- Instituto Nacional Electoral (INE). (2017, junio 1) *Numeralia. Procesos electorales locales 2016-2017*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://centralelectoral.ine.mx/wp-content/uploads/2017/06/NUMERALIA-PEL2016-2017-01062017.pdf>
- Instituto Nacional Electoral (INE). (2017, junio 22) *Cómputos municipales del estado de Nayarit*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://computos2017-nay.ine.mx/Gobernador/Entidad/VotosResumen/>

Instituto Nacional Electoral (INE). (2017, junio 5) *Elecciones estatales de Veracruz. Programa de Resultados Electorales Preliminares*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://prep2017-ver.ine.mx/PresidentesMunicipales/Entidad/Municipios/>

Instituto Nacional Electoral (INE). (2017) *Elecciones 2017*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.ine.mx/voto-y-elecciones/elecciones-2017/>

Integralia Consultores (2017, junio 26) *Reporte Electoral Integralia. Análisis de resultados, implicaciones, recomendaciones y agenda futura*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://integralia.com.mx/web/wp-content/uploads/2019/08/Reporte-Electoral-Integralia-2017.pdf>

Islas-Carmona, J.O. (2008, junio) El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, 11(1), 29-39. Revisado el 20 de abril de 2020. Tomado de <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v11n1/v11n01a03.pdf>

Jiménez, H. (2017, abril 24) Operadora de AMLO recibe fajos de billetes. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/24/operadora-de-amlo-recibe-fajos-de-billetes>

Jiménez, H. (2017, abril 27) La “recaudadora” Eva Cadena volvió por más dinero. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/27/la-recaudadora-eva-cadena-volvio-por-mas-dinero>

Jiménez, H. (2017, julio 5) Dan carpetazo a desafuero de Cadena. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/07/5/dan-carpetazo-desafuero-de-cadena>

Jiménez, H. (2017, mayo 11) Morena pide desafuero fast-track para Eva Cadena. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/05/11/morena-pide-desafuero-fast-track-para-eva-cadena>

- Jiménez, H. (2017, mayo 16) Inicia desafuero de Eva Cadena; 7 de julio el dictamen. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/05/16/inician-desafuero-de-e-va-cadena-7-de-julio-el-dictamen>
- Jiménez, H. (2017, mayo 2) Eva Cadena, la “recaudadora” de Morena, recibe 1mdp por ley a modo. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/05/2/recaudadora-recibe-1-mdp-por-ley-modo>
- Jiménez, H. (2017, mayo 2b) Diputados de Morena ofrecen disculpa tras videos de Eva Cadena. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/05/2/diputados-de-morena-of-recen-disculpa-tras-videos-de-eva-cadena>
- King, M. (2014) *Corporate blogging and microblogging: an analysis of dialogue, interactivity, engagement, in organisation-public communication through social media* [Blogging y microblogging corporativo: análisis del diálogo, interacción y participación en la comunicación pública de una organización a través de las redes sociales]. Tesis de doctorado, University of Technology, Sydney (UTS). Australia. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/35948/2/02whole.pdf>
- Klerigan, E. (2017, mayo 22) Guadiana o mentir no cuesta nada. *Etcétera*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.etcetera.com.mx/opinion/guadiana-o-mentir-no-cuesta-nada/>
- Kohring, M. y Matthes, J. (2008, junio) The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity [El análisis de contenido de encuadres mediáticos. Hacia la mejora de su confiabilidad y validez] *Journal of Communication*, 58, 258-279. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x>
- Kosicki, G., y Pan, Z. (1993, enero) Framing analysis: An approach to news discourse [El análisis de encuadres: Una aproximación al discurso noticioso] *Political Communication*, 10, 55-75. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>

- Koziner, N.S. (2013, junio) Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación*, 2(1), 1-25. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.26422/aucom.2013.0201.koz>
- Krippendorff, K. (1990) *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. (1a ed. en castellano; L. Wolfson Trad.) Barcelona, España: Paidós (Obra original publicada en 1980)
- Kwak, H., Lee, C., Moon, S. y Park, H. (2010, abril) *What is Twitter, a Social Network or a News Media?* [¿Qué es Twitter, una red social o un medio de comunicación?] Actas de la XIX conferencia internacional sobre la World Wide Web, (WWW '10). Carolina del Norte, Estados Unidos: Association for Computing Machinery. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.1145/1772690.1772751>
- Lagunes Marín, L. D. (2017, junio 19) PRD Veracruz 2017, bien y de buenas. *Los Políticos*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://www.lospoliticoveracruz.com.mx/prd-veracruz-2017-bien-y-de-buenas/>
- Le pusieron trampa a Eva Cadena, asegura AMLO (2017, abril 24) *El Universal* Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/24/le-pusieron-trampa-eva-cadena-asegura-amlo>
- León Carmona, M. A. (2017, junio 7) Morena ya es segunda fuerza política en Veracruz. *La silla rota*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://lasillarota.com/morena-ya-es-segunda-fuerza-politica-en-veracruz-morena-alcaldias/155751>
- Lexico. (s.f.). Cantaleta. En *Lexico.com*. Revisado el 5 de febrero de 2021. Tomado de <https://www.lexico.com/es/definicion/cantaleta>
- Linström, M. y Willemien M. (2012) Qualitative News Frame Analysis: A methodology [Análisis cualitativo de encuadres noticiosos: Una metodología] *Communitas*, 17, 21-37. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <http://journals.ufs.ac.za/index.php/com/article/view/991>

- López Rabadán, P., y Vicente Mariño, M. (2009) Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Zer - Revista de Estudios de Comunicación*, 14(26), 13-34. Revisado el 28 de enero de 2021. Tomado de <https://www.researchgate.net/publication/44318455>
- López-Aranguren Quiñones, E. (2016) El análisis de contenido tradicional. En García Ferrando, M., Alvira Martín, F. R., Alonso Benito, L. E., y Escobar Mercado, R. M. (coords.) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. (4a ed., 1a reimpression) España: Alianza. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de https://www.ocac.cl/wp-content/uploads/2015/01/lopez-aranguren_analisis-de-contenido.pdf
- Luna Aceves, M.A. (2018) *#Yamecansé: La opinión pública en Twitter y el flujo de información de la agenda mediática en periódicos digitales mexicanos*. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). México.
- Marín Albaladejo, J. A. (2017) *La representación mediática del escándalo de corrupción política en España (2009 - 2014) desde la Teoría del encuadre (Framing)*. Tesis de doctorado, Universidad Católica de Murcia, Murcia, España.
- Marín Albaladejo J.A. y Zamora, R. (2010, Octubre) La representación simbólica del escándalo político. Hacia una tipología de los s periodísticos (frames) utilizados en la narración del escándalo de corrupción política. *Razón y Palabra* (73) Revisado el 13 de Mayo del 2019. Tomado de http://razonypalabra.org.mx/N/N73/Varia73/34ZamoraMarin_V73.pdf
- Martín-Barbero, J. (2012, enero-junio) De la comunicación a la Cultura: perder el “objeto” para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, XXX(60), 76-84. Revisado el 20 de abril de 2020. Tomado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86023575006>
- Martínez Avidad, M. (2011) Redes alternativas de comunicación, framing y construcción del poder político. *Obets. Revista de Ciencias Sociales*, 6(2), 269-291. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.14198/obets2011.6.2.05>
- Martínez Gil, J. P. (2014) Historia del partido Movimiento de Regeneración Nacional (Morena). *Ideología y militancia*, (4), 195-217. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-estasiologico/article/download/4218/3663>

- McCombs, M., Guo, L. y Tien Vu, H. (2012) An expanded perspective on Agenda Setting Effects. Exploring the third level of agenda setting [Una extensión de la perspectiva de los efectos de la Agenda Setting . Explorando el tercer nivel de la Agenda setting] *Revista de Comunicación*. XI, 51,68. Revisado el 10 de octubre de 2012. Tomado de <https://revistadecomunicacion.com/es/articulos/2012/Art051-068.html>
- Mauleón, H. (2018, enero 9) El dinero sin huella de Eva Cadena. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/columna/hector-de-mauleon/nacion/el-dinero-sin-huella-de-eva-cadena>
- Mocorra, S. (1993, mayo) Los medios de comunicación de masas y la legitimidad de los gobernantes. *Prudentia Iuris*, (31), 143-154. Revisado el 29 de octubre de 2020. Tomado de <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/2704>
- Moguer Terol, M. (2015) *Comunicación política en las redes sociales: Análisis del discurso político de ámbito local en medios tradicionales y redes sociales*. Tesis de doctorado, Universidad de Sevilla. España.
- Montalvo, T. L. (2016, junio 7) 2016, el año de la derrota histórica del PRI en elecciones estatales. *Animal Político*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.animalpolitico.com/2016/06/2016-el-ano-de-la-derrota-historica-del-pri-en-elecciones-estatales/>
- Morales y Gómez, J.M., O'Quinn PARRALES, J.A., Reyes Montes, M.C. y Manzanares, E. (2011, enero-abril) Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(30), 85-101. Revisado el 21 de septiembre de 2020. Tomado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67618934007>
- Morales, A. (2017, mayo 25) “Nahle le acerca el dinero a AMLO”, dice Cadena en nuevo video. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/05/25/nahle-le-acerca-el-dinero-amlo-dice-cadena-en-nuevo-video>

- Morales, A. (2017, mayo 31) Bonos de diputados se usan para financiar a AMLO: Eva Cadena. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/05/31/bonos-de-diputados-se-usan-para-financiar-amlo-eva-cadena>
- Morayma Hernández, C. (2006) Poder y discurso. *Mañongo*, 26, 215-233. Revisado el 9 de diciembre de 2020. Tomado de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/postgrado/>
- Morena designa a sus 212 candidatos a ediles en Veracruz (2017, febrero 27) *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2017/02/27/morena-designa-sus-212-candidatos-ediles-en-veracruz>
- Morena es la verdadera mafia del poder: Ochoa Reza (2017, abril 24) *El Universal* Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/24/morena-es-la-verdadera-mafia-del-poder-ochoa-reza>
- Moreno, A. (2018, agosto 24) El crecimiento electoral de las redes sociales. *El Financiero*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/alejandro-moreno/el-crecimiento-electoral-de-las-redes-sociales>
- Morin, E., Ciurana, E. R., y Motta, R.D. (2013) *Educación en la era planetaria*. Barcelona, España: Gedisa.
- Muñoz Armenta, A. (Coord.) (2018) *Historia de los partidos políticos en el Estado de México (1913-2017)* Instituto Electoral del Estado de México, Centro de Formación y Documentación Electoral, Toluca, México. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/95300>
- Nalwoga, L. (2017) *Examining agenda setting effects of Twitter users during the 2016 Uganda presidential election*. [Examinando los efectos de establecimiento de agenda de los usuarios de Twitter durante la elección presidencial de Uganda en 2016]. Tesis de maestría, Uppsala Universitet. Suecia. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <http://uu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:1134154>

- Navarrete Vela, J. P. y Rosiles Salas, J. (2018, julio-diciembre) El Estado de México en 2017. De la hegemonía del PRI al arribo de MORENA. *Revista Mexicana de Estudios Electorales*, (2)20, 195-240. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de https://www.researchgate.net/publication/326469904_El_Estado_de_Mexico_en_2017_de_la_hegemonia_del_PRI_al_arribo_de_Morena
- Navarrete Vela, J.P. (2018, julio-diciembre) Desempeño de MORENA en los procesos electorales de 2017. *Apuntes Electorales*, XVII(59), 133-181. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://aelectorales.ieem.org.mx/index.php/ae/article/view/114>
- Núñez, E. (2017) Nayarit, ¿vuelven los Echevarría? *Zócalo*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://www.zocalo.com.mx/reforma/detail/nayarit-vuelven-los-echevarria>
- Olvera Marines, R. (2020, febrero 21) *El PAN de Coahuila, la oposición eterna. La otra plana*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://laotraplana.com.mx/sitio/index.php/columnas/politica/item/54598-aviso-de-curva>
- Opciona (2016, agosto 22) *Opciona presenta Corruptómetro; indica que 72% de los mexicanos creen que EPN es "corrupto"* [Comunicado de prensa] Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de http://www.opcionamx.com/comunicado_corruptometro
- Ortega, A. (2017, junio 5) El PRI retiene el Edomex con un millón de votos menos que en 2011. *Expansión*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://politica.expansion.mx/politica/2017/06/05/el-pri-retiene-el-edomex-con-un-millon-de-votos-menos>
- Owen, D. (2018) El papel de los nuevos medios en la política. En González, G., Kallinikos, J., et al. *La era de la perplejidad: repensar el mundo que conocíamos* (pp. 108-126) Madrid, España: BBVA, Open Mind, Penguin Random House Grupo Editorial. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.bbvaopenmind.com/libros/la-era-de-la-perplejidad/>
- Pamplona, F. (2001) Legitimidad, dominación y racionalidad en Max Weber. *Economía y sociedad*, V(8), 188-200. Revisado el 27 de octubre de 2020. Tomado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5900558>

- Para los que dudaban, PRD sigue siendo un partido fuerte y competitivo (2017, junio 4) *Quadratin*.
Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de
<https://www.quadratin.com.mx/politica/los-dudaban-prd-sigue-partido-fuerte-competitivo/>
- Parametría (2017, agosto 13) *Seis de cada 10 mexicanos considera que hubo fraude electoral en Coahuila y Edomex: Parametría*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de
<http://www.parametria.com.mx/DetalleParMedios.php?PM=1322>
- Parametría (2018) *Las Fake News en la era de desconfianza en los medios de comunicación*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de
http://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=5034
- Pardo Abril, N.G. (2013) *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. (2a ed.) Bogotá, Colombia: OPR-DIGITAL
- Partido de la Revolución Democrática (PRD) (2020) *Historia del PRD*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de https://www.prd.org.mx/libros/documentos/historia_PRD.pdf
- Pérez-Díaz, P. L., Arroyas Langa, E. y Zamora Medina, R. (2020). La construcción de la agenda de los cybermedios. Estudio comparativo con las preferencias temáticas de lectores y usuarios de Twitter. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 225-244. Revisado el 10 de octubre de 2021. Tomado de <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1424>
- Peschard, J. (2018, enero-junio) La corrupción en las campañas políticas en México. *Revista latinoamericana de investigación crítica*, V(8), 135-156. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/45/4510012/4510012.pdf>
- Por eso AMLO maneja “puro efectivo”, dice Calderón (2017, abril 24) *El Universal* Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de
<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/24/por-eso-amlo-maneja-puro-efectivo-dice-calderon>
- Portilla Tinajero, R. (2012) Propuesta metodológica para el análisis de los encuadres periodísticos en la cobertura del narcotráfico en México. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 22, 43-72. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de
<https://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=6675>

- Propp, Vladimir (1974) *Morfología del cuento* (2a ed.) Madrid, España: Fundamentos
- Ramírez González, A. (s.f.) *Metodología de la Investigación Científica*. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Estudios Ambientales y Rurales.
- Ramos Pérez, J. (2017, marzo 27) Investiga PGR a familia Vázquez Mota por lavado. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/03/27/investiga-pgr-familia-vazquez-mota-por-lavado>
- Ramos, L. (2017, junio 9) Gana el PRI conteo final en Coahuila. *La Jornada*, p.9. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.jornada.com.mx/2017/06/09/politica/002n1pol>
- Real Academia Española (2014) *Diccionario de la lengua española*, (23.ª ed., versión 23.4 en línea) Revisado el 5 de febrero de 2021. Tomado de <https://dle.rae.es>
- Reali, F., Rodríguez, D., y Soriano, T. (2016) How we think about depression: The role of linguistic framing [Como pensamos sobre la depresión: El rol del encuadre lingüístico] *Revista latinoamericana de psicología*, 48(2), 127-136. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.1016/j.rlp.2015.09.004>
- Recaudadora de AMLO viaja en Mercedes Benz (2017, abril 26) *El Universal* Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/26/recaudadora-de-amlo-viaja-en-mercedes-benz>
- Reese, S.D (2010) Finding Frames in a Web of Culture. The Case of the War on Terror [Encontrando encuadres en una red cultural. El caso de la guerra contra el terror] En D' Angelo P. y Kuypers J.A. (Eds.) *Doing News Framing Analysis. Empirical and Theoretical Perspectives*. [Haciendo análisis del enmarcado noticioso. Perspectivas empíricas y teóricas] (pp. 17-42) New York, NY: Routledge
- Representante de Morena que recibió dinero no es cercana a AMLO: Polevnsky (2017, abril 24) *El Universal* Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/24/representante-de-morena-que-recibio-dinero-no-es-cercana-amlo>

- Reséndiz, F. (2017, abril 30) Eva, la recaudadora, cuenta con antecedentes en PRI y PAN. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/30/eva-la-recaudadora-cuenta-con-antecedentes-en-pri-y-pan>
- Resina de la Fuente, J. y Sampedro Blanco, V. (2010) Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red. *Ayer*, 80(4), 139-162. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://victorsampedro.com/articulos/Ayer80SampedroyResina.pdf>
- Robles de la Rosa, L. (2016, junio 7) PRI perdió control de 54% del país; tenemos que saber, qué pasó: Beltrones. *Excélsior*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/06/07/1097284>
- Rocha Quintero, J. (2017) Nuevas tendencias de voto. Análisis de los resultados electorales de los comicios de 2017. En Marrufo Cardín, L., Núñez Bustillos, J.C., Urrutia de la Torre, F. y Valdivia García, J. (coords.) *Delinquir sin castigo, la marca del sexenio*. (pp. 81-94) Guadalajara, México: ITESO
- Rodríguez Díaz, R. (2004) *Teoría de la Agenda-Setting : aplicación a la enseñanza universitaria*. España: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. Revisado el 20 de abril de 2020. Tomado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2297/1/Agenda_Setting.pdf
- Rogstad, I. (2016) Is Twitter just rehashing? Intermedia agenda setting between Twitter and mainstream media [¿Twitter solo está repitiendo? Establecimiento de agenda intermedia entre Twitter y los principales medios de comunicación]. *Journal of Information Technology and Politics*, 13(2), 142-158. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <http://dx.doi.org/10.1080/19331681.2016.1160263>
- Rost, A. (2012, noviembre) *Modelos de uso y gestión de redes sociales en el periodismo*. Ponencia presentada en el IV Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0 , España: Universidad del país Vasco. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de https://www.researchgate.net/publication/253651025_Modelos_de_uso_y_gestion_de_redes_sociales_en_el_Periodismo
- Rúa Delgado, C. (2013) La legitimidad en el ejercicio del poder político en el estado social de derecho. Una revisión desde el caso colombiano. *Ius et Praxis*, 19(2), 85-121. Revisado el 27 de noviembre de 2020. Tomado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19729337004>

- Sádaba-Garraza, M.T. (2001) Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (framing) en comunicación. *Comunicación y sociedad*, XIV (2), 143-175. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <https://dadun.unav.edu/handle/10171/7975?mode=full>
- Sampedro Blanco, V. (2000) *Opinión Pública y Democracia. Medios, sondeos y urnas*. Madrid, Istmo. Revisado el 25 de julio de 2020. Tomado de <https://victorsampedro.com/wp-content/uploads/2013/02/SampCap2.pdf>
- Sánchez, A. (2017, abril 27) Fepade cita a declarar a la “recaudadora” Eva Cadena. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/27/fepade-cita-declarar-la-recaudadora-eva-cadena>
- Sánchez, A. (2017, abril 28) Denuncia PAN a diputada ante FEPADE. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/28/denuncia-pan-diputada-ante-fepade>
- Sánchez, A. (2017, mayo 2) Eva Cadena incumple citatorio, no se presenta a declarar en la Fepade. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/27/fepade-cita-declarar-la-recaudadora-eva-cadena>
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news [Enmarcando la política europea: Un análisis de contenido de la prensa y noticias televisivas] *Journal of Communication*, 50(2), 93–109. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <https://doi-org.ezproxy2.acu.edu.au/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Sevilla Muñoz, J.; Zurdo Ruiz-Ayúcar, M. I. T. [dir.] (2009): *Refranero multilingüe*. Madrid. Instituto Cervantes (Centro Virtual Cervantes). Revisado el 5 de febrero de 2021. Tomado de <http://cvc.cervantes.es/lengua/refranero/>
- Souza Minayo, M.C. (2010) Los conceptos estructurantes de la investigación cualitativa. *Salud colectiva*, 6(3), 251-261. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73115348002>

- Sunkel, G. (2005, julio-diciembre). La construcción narrativa del escándalo político en la prensa chilena. *Signo y pensamiento*, XXIV(47), 75-86. Revisado el 24 de febrero de 2021. Tomado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86004706>
- Texto íntegro. Posición de Eva Cadena sobre video donde recibe dinero (2017, abril 24) *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/24/texto-integro-posicion-de-eva-cadena-sobre-video-donde-recibe>
- Thompson, J.B. (1998) *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. (J. Colobrans Delgado Trad.) Barcelona, España: Paidós. (Obra original publicada en 1997)
- Thompson, J.B. (2001) *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. (T. Fernández Aúz y B. Eguibar Trad.) Barcelona, España: Paidós. (Obra original publicada en 2000)
- Thompson, J.B. (2002) *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. (1a Reimpresión de la 2a ed. en español; G. Fantinati Caviedes Trad.) México: Casa abierta al tiempo (Obra original publicada en 1990)
- Transparency International (TI). (2018) *Corruption Perceptions Index* [Índice de percepción de la corrupción] Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de https://files.transparency.org/content/download/2185/13756/file/2017_CPI_Brochure_EN.PDF
- Trendinalia México (2017, abril 24) *Trending topics del lunes 24 de abril en México*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/mexico/mexico-170424.html>
- Tsatsou, P. (2014) *Internet studies: past, present and future directions* [Estudios sobre la internet: direcciones pasadas, presentes y futuras]. Inglaterra: Ashgate Publishing Limited.
- Twitter (2017, abril 26) Q1 2017. *Letter to Shareholders*. [Q1 2017. Carta a los accionistas] Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de https://s22.q4cdn.com/826641620/files/doc_financials/2017/q1/Q117_Shareholder_Letter.pdf

- Twitterbinder (s/f) *How to increase your Twitter engagement*. [Como incrementar tu “engagement” en Twitter] Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.tweetbinder.com/blog/twitter-engagement/>
- Twitter suspendió 58 millones de cuentas a finales de 2017 (2018, julio 17) *El Universal* Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/techbit/twitter-suspendio-58-millones-de-cuentas-finales-de-2017>
- Ureste, M. (2017, junio 5) Elecciones en Veracruz: El PRI se desploma, el PAN duplica su votación y Morena gana en Xalapa. *Animal Político*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.animalpolitico.com/2017/06/veracruz-pri-pan-morena/>
- Valdez Morales, O. (2018, abril 3) El PRI es más joven de lo que parece: 89 datos curiosos. *Milenio*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.milenio.com/politica/el-pri-es-mas-joven-de-lo-que-parece-89-datos-curiosos>
- Van Dijck, J. (2013) *The culture of connectivity: a critical history of social media* [La cultura de la conectividad: historia crítica de las redes sociales]. Nueva York, Estados Unidos de América: Oxford University Press.
- Van Leeuwen, T. (2007) Legitimation in discourse and communication [Legitimación en el discurso y la comunicación]. *Discourse and Communication*, 1(1), 91-112. Revisado el 14 de diciembre de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.1177/1750481307071986>
- Van Gorp, B. (2007) The constructionist approach to framing: bringing culture back in [El enfoque constructivista del framing: trayendo a la cultura de vuelta] *Journal of Communication*, 57, 60-78. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x>
- Van Gorp, B. (2010) Strategies to take subjectivity out of framing analysis [Estrategias para sacar la subjetividad del análisis de encuadres] En D'Angelo P. y Kuypers J. (eds.), *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives* [Análisis del encuadre de noticias: perspectivas empíricas y teóricas] (pp. 84-109) New York: Routledge. Tomado de <https://www.researchgate.net/publication/241880311>

- Vara-Miguel, A. (2001) *La influencia de los partidos políticos en la construcción de la agenda mediática y el rol de los periodistas como mediadores sociales. Aproximación teórico-práctica a las teorías de la agenda setting y de la agenda building*. Tesis de doctorado, Universidad de Navarra, Pamplona, España.
- Weaver, D. H. (2007) Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming [Pensamientos sobre el agenda setting, framing y priming] *Journal of Communication*, 57, 142-147. Revisado el 22 de abril de 2020. Tomado de <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/57/1/142/4102651?redirectedFrom=fulltext>
- Weaver, D.H. y Willnat, L. (2018) Social Media and U.S. Journalists. Uses and perceived effects on perceived norms and values [Redes sociales y periodistas de Estados Unidos. Usos y efectos percibidos en normas y valores percibidos]. *Digital Journalism*, 6(7), 889-909. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1495570>
- Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., y Puschmann, C. (Eds.). (2014). *Twitter and society*. Nueva York, Estados Unidos: Peter Lang Publishing. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/47764/ssoar-2014-weller_et_al-Twitter_and_society.pdf
- Wolton, D. (1998) La comunicación política: construcción de un modelo. En Ferry, J.M., Wolton, D., et al. *El nuevo espacio público* (2a ed., pp. 28-46) Barcelona, España: Gedisa.
- Zamora Briseño, P. (2017, junio 5) Antonio Echevarría triunfa en Nayarit con una ventaja de 11.5% de la votación, *Proceso*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.proceso.com.mx/489646/antonio-echevarria-triunfa-en-nayarit-una-ventaja-11-5-la-votacion>
- Zavala, M. (2017, julio 19) Morena veta de por vida a Eva Cadena. *El Universal*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/07/19/morena-veta-de-por-vida-eva-cadena>

Zavaleta, N. (2018, enero 4) Eva Cadena asegura que fue exonerada; solicita su reingreso al Congreso de Veracruz. *Proceso*. Revisado el 5 de mayo de 2020. Tomado de <https://www.proceso.com.mx/517294/eva-cadena-asegura-que-fue-exonerada-solicita-su-reingreso-al-congreso-de-veracruz>

Zunino, E. (2015) El análisis de contenido. Revisión a partir de un estudio de caso. *Viator. Revista científica de comunicación desde los bordes*, 1, 107-128. Revisado el 24 de abril de 2020. Tomado de <http://revista.fhycs.unju.edu.ar/revistaviator/index.php/viator/article/view/5>

Anexos

1) Tuits de medios de comunicación

Medios de comunicación		
Usuario	Tuit	Retuits
24-horas.mx	A Eva Cadena le pusieron “un cuatro”; “los de la mafia del poder están muertos de miedo”: López Obrador http://bit.ly/2oYY7aI	20
24-horas.mx	Eva Cadena resultó ser “fan” del #PAN y le da “like” a la página en Facebook "Apoyo a Margarita Zavala para 2018" http://bit.ly/2p8ZTGd	20
A Barlovento Informa	Eva Cadena y las bolsas para AMLO #Video-Opinión por @jenarovillamil http://ow.ly/4lyx30b8Ra8	25
Al Contraste	Surge el #ConMedioMillonYo luego de que Eva Cadena recibió medio millón de pesos para luego dárselos a #AMLO http://bit.ly/2oGRaYr	26
Al Contraste	#LaVerdadDuelePero los tratos "en lo oscurito" de #AMLO le cuestan a Eva Cadena, la Fepade ya la investiga http://bit.ly/2oGRaYr	25
Al Contraste	El Universal TV presenta otra vez a Eva Cadena recibiendo "donativos" para #AMLO, ¿dirá que también es manipulado? http://bit.ly/2p7EAoC	24
Al Contraste	Eva Cadena, representante de MORENA, recibe medio millón de pesos de procedencia dudosa para #AMLO Video completo en http://bit.ly/2oYfo3v	31
Alejandro Aguirre G.	Increible lo de la candidata de #Morena a la alcaldía de #LasChoapas, #Veracruz, Eva Cadena. En estos tiempos siempre hay alguien grabando.	29
Alejandro Gómez A.	Que Eva Cadena se corrompa no demuestra que AMLO sea deshonesto. Pero sí refleja (de nuevo) su incapacidad para elegir mandos limpios	45
Alfonso Zárate	La historia que me gustaría conocer: quién y cómo orquestó la trampa en que cayó Eva Cadena? Algún aprendiz de Ahumada? el que mata la vaca.	28
Alvaro Delgado Gómez	La diputada de Morena Eva Cadena, exhibida aceptando dinero, llegó en un Mercedes Benz E350 a la PGR en Xalapa	67
Animal Político	Eva Cadena aseguró que ni AMLO ni Morena estuvieron al tanto de la entrega de este dinero.	69
Animal Político	"¿No tendrá una bolsita por ahí?" - Eva Cadena (diputada local de Morena), 2017.	74
Animal Político	La Fepade comienza una investigación contra excandidata Eva Cadena, quien recibió fajos de billetes.	24

Animal Político	La Fiscalía de Veracruz comienzan una investigación contra excandidata Eva Cadena, quien recibió fajos de billetes.	26
Animal Político	A la diputada de Morena, Eva Cadena, le pusieron “un cuatro” para que recibiera medio millón de pesos, responde AMLO	51
Aristegui Noticias	“Cai ingenuamente en una trampa”: Eva Cadena #Entrevista #Video 🗣️ en #Aristegui 👉 http://ow.ly/63Ck30ba17Y	35
Aristegui Noticias	“Cai ingenuamente en una trampa”: Eva Cadena http://ow.ly/63Ck30ba17Y	29
Aristegui Noticias	A Eva Cadena de Morena “le tendieron una trampa”; declinará a su candidatura: Cuitláhuac García http://ow.ly/1rAa30b7RIM #Video #Aristegui	180
Aristegui Noticias	Con Eva Cadena, “reedición del Bejaranazo”: @julioastillero #Entrevista en #Aristegui 👉 http://ow.ly/dGqw30ba992	82
Aristegui Noticias	Eva Cadena de Morena sí recibió el dinero... pero ya lo regresó: Cuitláhuac García http://ow.ly/i1UX30b85sF #Aristegui	75
Aristegui Noticias	#FelizMartes ¡Comenzamos! #AristeguiEnVivo 25/04: Eva Cadena, Morena, análisis de Julio Hernández y el #BorregoViudo http://ow.ly/WKqC30b9u7i	23
Aristegui Noticias	#EscuchaentuCelular 📱 "Lo de Eva Cadena está tomando otro cariz": #Aristegui	24
Aristegui Noticias	Morena aplicará medidas contra Eva Cadena; PRD exige a AMLO no deslindarse http://ow.ly/iCpK30b8IL1	56
Aristegui Noticias	Eva Cadena, dispuesta a que la investiguen por video de los 500 mil pesos #Video 🗣️ en #Aristegui 👉	46
Aristegui Noticias	Morena le retira la candidatura y expulsa a Eva Cadena http://ow.ly/WKqC30b9u7i	99
Aristegui Noticias	Morena le retira la candidatura y expulsa a Eva Cadena http://ow.ly/QCT830b9K41	135
Aristegui Noticias	Fiscalía de Veracruz abre investigación contra Eva Cadena http://ow.ly/cRMT30bama5	27
Aristegui Noticias	Eva Cadena se disculpa y acusa “estrategia articulada” del gobierno para dañar a AMLO http://ow.ly/FmZq30b8Ha0	260
Aristegui Noticias	Ofrezco disculpas a AMLO: Eva Cadena #LoMejor en #Aristegui #Video 🗣️ en #Aristegui 👉	44
Aristegui Noticias	Morena le retira la candidatura y expulsa a Eva Cadena http://ow.ly/QCT830b9K41	54

Aristegui Noticias	Eva Cadena se disculpa y acusa “estrategia articulada” del gobierno para dañar a AMLO http://ow.ly/FmZq30b8Ha0	67
Aristegui Noticias	Eva Cadena, ex candidata de #Morena, habla del video en el que recibe dinero #AristeguiEnVivo 🙌 http://ow.ly/WKqC30b9u7i	39
Aristegui Noticias	Eva Cadena presenta PETICIÓN en Fiscalía... y llega en Mercedes Benz (Video) http://ow.ly/UHtn30bcYiK	148
Aristegui Noticias	Revira @YoconYunes a @lopezobrador_ : Eva Cadena es “tu recaudadora” http://ow.ly/8Vm330bcFjF	41
Aristegui Noticias	Cuitláhuac García, @CuitlahuacGJ , ex candidato de #Morena, habla del dinero que recibió Eva Cadena #AristeguiEnVivo 🙌 http://ow.ly/1i0t30b7cB4	71
Carlos Loret de Mola	Aún no sé el nombre de quien me dio el dinero, fue una trampa bien montada, se editó para comprometerme: Eva Cadena en #DespiertaConLoret	21
Carlos Loret de Mola	"Eva Cadena es recaudadora de @lopezobrador_ ": @YoconYunes en #Contraportada	20
Carlos Loret de Mola	Eva Cadena asegura que AMLO nunca supo del dinero porque no tiene comunicación con él y dijo no saber el nombre de quien le dio dinero.	44
Carlos Loret de Mola	Eva Cadena regresa al Congreso de Veracruz. Con el fuero por delante. #Contraportada	31
Carlos Mota	En relación con el caso de Eva Cadena y el dinero que recibió para @lopezobrador_ , ¿qué cree usted que haga AMLO con ese monto?	24
Carlos Mota	Posición la que usted cree quedarán @lopezobrador_ y Morena tras el escándalo del dinero que recibe Eva Cadena para entregarlo a AMLO:	35
Carlos Mota	En el nuevo escándalo del video de Eva Cadena y el dinero que recibe para @lopezobrador_ usted cree que este episodio es:	51


Carlos Torres	En marzo 2004 @lopezobrador_ dijo que Bejarano había caído en una trampa, hoy AMLO dice que a Eva Cadena la chamaquearon #UnaBolsitaPara	196
Ciro Gómez Leyva	Fue una trampa muy bien planeada. Quiero que la autoridad haga su trabajo para que esto se aclare: Eva Cadena, ex candidata de Morena	21
Ciro Gómez Leyva	Eva Cadena, la ex candidata de Morena, llegó en un Mercedes-Benz a PETICIÓNr a quien la grabó recibiendo dinero en efectivo. #CiroEnImagen	99
Ciro Gómez Leyva	. @JorgeGCastaneda explicó que parece no haber duda que hubo una trampa contra Eva Cadena http://radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=679367&idFC=2017 #PorLaMañana	26
CNN en Español	Un partido mexicano enfrenta críticas tras difundir un video de la diputada Eva Cadena recibiendo fajos de billetes	33
Daniel Moreno	Imaginen: la PGR procesa a la morenista Eva Cadena, días después del video La misma PGR que tiene PETICIÓNs vs. Duarte guardadas desde 2013	751
David Aponte	Le pusieron trampa a Eva Cadena, asegura AMLO	35
Denise Maerker	Les presentamos esto sobre el video donde aparece Eva Cadena, de Morena, recibiendo \$500 mil #10EnPunto < http://bit.ly/2q8QCvw >	26
Dra. Bárbara Leonor Cabrera Pantoja	morena toma acciones legales y contundentes en el tema de Eva Cadena: ¿ @PRI_Nacional y @AccionNacional harán lo mismo con su gente? 😊	31
Dra. Bárbara Leonor Cabrera Pantoja	A Eva Cadena ya la expulsaron de morena, a @JosefinaVM la protegen desde la presidencia, así la justicia y los golpes mediáticos #cajachina	25
Dra. Bárbara Leonor Cabrera Pantoja	morena expulsa a Eva Cadena. @AccionNacional ¿cuándo expulsas a @RicardoAnayaC ? @PRI_Nacional ¿investigarás al #reyruletero @EnriqueOchoaR ?	24

Dra. Bárbara Leonor Cabrera Pantoja	Desvergonzado @RicardoAnayaC debería ser expulsado del PAN como se hizo con Eva Cadena, pero no, hasta presidente quiere ser. #CajaChina	60
Eduardo Ruiz-Healy	Gráfica no incluye segundo video de Eva Cadena ni supuestos robos a salarios trabajadores municipales Texcoco cometidos por @delfinagomez	68
Eduardo Ruiz-Healy	Gráfica no incluye segundo video de Eva Cadena ni supuestos robos a salarios trabajadores municipales Texcoco cometidos por @delfinagomez	39
El Financiero	#Opinión Ningún cambio: El dedazo de #AMLO impuso a Abarca en Iguala como a Eva Cadena en Las Choapas. @PabloHiriart http://bitly.com/2q0Lkmn	82
El Financiero	El caricaturista Paco Calderón habló en #LaNotaDura, con @jrisco , sobre el escándalo de Morena, Eva Cadena y AMLO http://bitly.com/2pcItqv	34
El Financiero TV	Si fuéramos como el PRI o PAN estaríamos protegiendo a Eva Cadena, pero Morena está pidiendo su desafuero: @martibatres	43
El Universal	#BajoReserva Aunque expulsa a quienes son corruptos, Eva Cadena fue videograbada recibiendo fajos de billetes http://eluni.mx/2pslkCS	27
El Universal	Quitan candidatura y expulsan de Morena a Eva Cadena luego del video que la evidenció como receptora de “donaciones” http://eluni.mx/2pZWlZ4	78
El Universal	Morena expulsa a Eva Cadena de bancada en Veracruz tras videoescándalo http://eluni.mx/2q9dhh7	45
El Universal	Eva Cadena, quien recibió dinero para AMLO, dijo que declinará su candidatura para no afectar la imagen de Morena http://eluni.mx/2oFsGiZ	34
El Universal	Eva Cadena niega ser dueña de Mercedes Benz http://eluni.mx/2oBj6BS	19
El Universal	"La chamaquearon" responde @yeidckol sobre video de Eva Cadena recibiendo 500 mil pesos para Morena http://eluni.mx/2pdvl6D	70
El Universal	Le pusieron trampa a Eva Cadena, asegura @lopezobrador_	59

	http://eluni.mx/2peB5wM	
El Universal	Lamentable la acción de Eva Cadena en estos momentos en que la corrupción aflora por todos lados: Juan Zepeda http://eluni.mx/2pYeceZ	29
El Universal	"Ya nadie le cree" a @lopezobrador_ , dice @RicardoAnayaC sobre video de Eva Cadena http://eluni.mx/2pYRx5a	56
El Universal	"Grave" que Eva Cadena recibiera dinero, asegura Yunes; el gobernador dijo que se tendrá que investigar a fondo http://eluni.mx/2oYFnIq	23
El Universal	Eva Cadena presenta PETICIÓN por difusión de video en el que aparece recibiendo dinero presuntamente para AMLO http://eluni.mx/2p5exOz	24
El Universal	#Video 📺 Le pusieron trampa a Eva Cadena, asegura @lopezobrador_ http://eluni.mx/2peB5wM	25
El Universal	#Video 📺 @lopezobrador_ asegura que le pusieron trampa a Eva Cadena http://eluni.mx/2peB5wM	31
El Universal	Eva Cadena, eslabón de complicidades y corrupción de AMLO: líder priísta http://eluni.mx/2oC5JB6	30
El Universal	#BajoReservaExprés El 4X2 de la "recaudadora" Eva Cadena http://eluni.mx/2oNd6kA	21
El Universal	La diputada Eva Cadena dijo que "cayó en la trampa" y aseguró que devolvió el dinero: Cuitláhuac García http://eluni.mx/2pXRWVz	67
El Universal	Texto íntegro. Posición de Eva Cadena sobre video donde recibe dinero http://eluni.mx/2pfd0pD	23
El Universal	Lamentable, que Eva Cadena recibiera dinero a favor de @lopezobrador_ : Zepeda http://eluni.mx/2pYeceZ	30
El Universal	Eva Cadena, representante de Morena, recibe "para AMLO" medio millón de pesos en efectivo ➡ http://eluni.mx/2oDdq5e	951
El Universal	Eva Cadena, la diputada que recibió dinero dijo que "cayó en la trampa": Cuitláhuac García http://eluni.mx/2pXRWVz	50
Emeequis	El priísta Erick Lagos, ex funcionario de Javier Duarte, mandó el dinero a la ex candidata Eva Cadena, acusa Morena https://goo.gl/fuUE9B	23

Esteban Arce	¡Qué malos son! Bejarano, Imaz y ahora Eva Cadena, NUNCA le pasan parte del dinero en efectivo que reciben a AMLO: Honestidad valiente.	267
Federico Arreola	Caso Eva Cadena: cronología de un montaje contra AMLO http://sdpnoticias.com/nacional/2017/04/24/caso-eva-cadena-cronologia-de-un-montaje-contr-a-amlo vía @Manuel_Ibarra	46
Federico Arreola	Andrés Manuel debe expulsar de Morena a Eva Cadena y exigir cárcel para ella http://sdpnoticias.com/nacional/2017/04/24/andres-manuel-debe-expulsar-de-morena-a-eva-cadena-y-exigir-carcel-para-ella /columna	37
Fernanda Familiar	Eva Cadena, representante de Morena recibe dinero en efectivo para AMLO ¿y lo niega? https://youtu.be/vTgi9RvbcC4 @El_Universal_Mx @qtf FernandaF	124
Gabriel Guerra C	¿Le pusieron un cuatro (le tendieron una trampa) a Eva Cadena? Por supuesto. Pero cayó. Y sus explicaciones son insuficientes. #fb	119
Gabriela Warkentin	volvió Eva Cadena, la "recaudadora", por más dinero: http://eluni.mx/2oP3UNo	24
Gaby Rasgado	#APUNTES Hace unos diez años, Eva Cadena renunció al PAN. Posteriormente fue regidora del PRI. Luego "cambió" y se fue a Morena.	20
Impacto Informativo	En carta abierta Eva Cadena PETICIÓN haber caído en una trampa y exonera a AMLO de... http://impactodelsur.com/2017/04/24/en-carta-abierta-eva-cadena-peticion-haber-caido-en-una-trampa-y-exonera-a-amlo-de-toda-culpa	23
Javier Risco	De su relación con AMLO esto publica la diputada y ahora excandidata Eva Cadena... [YO EN EL AMOR]	176
Jenaro Villamil	EN DIRECTO en #Periscope Redes y Prensa. Eva Cadena y las bolsas para AMLO https://pscp.tv/w/a81qPjE0MjkyNjB8MWt2SnBRTnBWWFp4Rclqu-LfITLnIUDLPHhhTm08jRCubo5EnFvJc5sgpVHC/ la política tiene que ser de otra manera	87

Jenaro Villamil	Eva Cadena revela que abandonó @AccionNacional cuando el partido defendió a Renato Tronco, presunto asesino de un regidor panista.	89
Jenaro Villamil	Redes y Prensa. Eva Cadena y las bolsas para AMLO	120
Joaquín López-Dóriga	¡Las noticias! PGR inicia investigación contra Eva Cadena tras recibir medio millón de pesos; AMLO acusa a Yunes del video y más	42
Joaquín López-Dóriga	En este Mercedes Benz llegó la diputada Eva Cadena, la del videoescándalo que recibió dinero supuestamente para AMLO http://degoo.gl/PbnJHh	41
Joaquín López-Dóriga	La diputada Eva Cadena se defiende y asegura que hay una manipulación del video https://goo.gl/6R3oYc	22
Joaquín López-Dóriga	El nuevo video en el que Eva Cadena, la diputada de Morena, recibe más dinero (VIDEO)	89
Joaquín López-Dóriga	Como era de esperarse, la diputada de MORENA Eva Cadena directo a la Unidad de Quemados http://goo.gl/KhNojU	35
Joaquín López-Dóriga	Lo único que le faltaba a Eva Cadena... ya llegó a la Unidad de Quemados (VIDEO) https://goo.gl/tDx20U	42
Joaquín López-Dóriga	Eva Cadena, la diputada de MORENA del videoescándalo, en más problemas. Ya la citaron a declarar http://goo.gl/IB8cIy	23
Joaquín López-Dóriga	Comunicado de Eva Cadena, la diputada de Morena, luego de la grabación difundida (VIDEO) http://goo.gl/E1xsI9	36
jorge berry	¿Qué tal la estridencia de @rocionahle en tribuna? ¡Pidió q lo de Eva Cadena lo investigue el FBI y la KGB! Jajajajajaja!!! @ferbelaunzaran	43
jorge berry	¿Eva Cadena recibe 500 mil, y no sabe ni cómo se llama quien se los dio???? Quiere echarse toda la culpa para q el mesías quede impoluto.	181
jorge berry	El comunicado de Eva Cadena muestra encubrimiento, al seguir sin nombrar a quien le dio el dinero. Ahora resulta q casi ni conoce a AMLO....	83
jorge berry	Eva Cadena dice q cayó en una trampa. ¿Trampa? Es práctica común. Lo hizo Bejarano en 2001, lo hace Cadena en 2017. Morena, PRI, PAN, igual.	82
Jorge el diablo becerril	Nuevo #video 📺, difundido por @El_Universal_Mx , revela que le ofrecieron 5 millones de pesos a Eva Cadena para	21

	@lopezobrador_	
Jorge Fernández M.	Eva Cadena va a Fiscalía no a responder qué hizo con el medio millón de pesos q le entregaron sino a poner una PETICIÓN ¡porque la filmaron!	30
José Cárdenas	Eva Cadena, la excandidata candidota, de nuevo pone cara de “yo no fui” ante la evidencia de una práctica corrupta	42
José Cárdenas	Eva Cadena, la excandidata candidota, de nuevo pone cara de “yo no fui” ante la evidencia de una práctica corrupta	25
José Cárdenas	Cometí un error, presentaré mi renuncia a candidatura por Morena: Eva Cadena http://ht.ly/hFXK30b7Tcj	43
José Cárdenas	Cometí un error, presentaré mi renuncia a candidatura por Morena: Eva Cadena http://ht.ly/hFXK30b7Tcj	63
Julio Astillero	Astillero de martes: >>Morena y su laxa apertura<< - Eva Cadena, botón de muestra - Oportunidad para corregir -Lozoya, rumbo a la impunidad	136
Karla Rivera	Captan en vídeo a Eva Cadena recibiendo más dinero OTRA VEZ "le pusieron un cuatro"... o no 	20
La Jornada	López Obrador acusa a Yunes de estar detrás de los 500 mil entregados a la ahora ex candidata de Morena, Eva Cadena. #VideosLaJornada	155
La Jornada	Eva Cadena declina candidatura municipal por #Morena; apareció en #video recibiendo efectivo nombre de #AMLO → https://goo.gl/pDGxiK	40
La Saga	#QuePoca @Grafocafe analiza la firma de Eva Cadena, la diputada que la agarraron con las manos en la masa	24
Luis Cardenas MX	" @lopezobrador_ no está ligado a este caso, no soy cercana a él, estuvo en el evento apoyándome como candidata de #MORENA": Eva Cadena	21
Luis Cardenas MX	"Una person que se identificó como repr. de los empresarios de Coatzacoalcos fue la persona quien me dio el dinero": Eva Cadena	27

Luis Cardenas MX	"Eva Cadena no es cercana a @lopezobrador_ , recientemente había renunciado a @AccionNacional ": @yeidckol en entrevista en #LuisCardenasMVS	95
Magú	¡Vientos! Oportunamente Morena actuó. Eva Cadena es única responsable de prácticas ilegales en recepción de fondos y asunto terminado.	29
Marco A. Díaz Pina	No le hizo mella a Morena en el Estado de México el montaje del PRI con Eva Cadena contra el Peje @lopezobrador_ sigue arriba con 80%	33
Marco A. Díaz Pina	Y mañana vendrán las encuestas balines para decir que por el montaje de la expanista Eva Cadena, Del Mazo ya recupera algo de terreno...NMM	63
Marco A. Díaz Pina	Ese montaje contra el peje @lopezobrador_ sería creíble si existiera el video donde la expanista Eva Cadena le da los billetes a el, ¿o no?	182
Marco A. Díaz Pina	¿Así que Eva Cadena era panista?, eso lo explica todo, se la infiltraron al Peje, lo dicho, es "péjimo" para reclutar gente...	23
Milenio	"Conmueve Eva Cadena, al decir que el medio millón de pesos lo recibió sin saber que le tendían una trampa" http://mile.io/2oIcsFK	26
Milenio	► Eva Cadena quiere volver a su curul tras doble 'balconeo' http://mile.io/2oTtEIo	42
Milenio	[Política cero] Eva Cadena de amarguras; escribe @jairocalixto http://mile.io/2oI9O2T	22
Milenio	"Conmueve Eva Cadena, al decir que el medio millón de pesos lo recibió sin saber que le tendían una trampa" http://mile.io/2oIcsFK	99
Milenio	AMLO no supo del dinero, yo soy responsable: Eva Cadena http://mile.io/2oGzg8g	41
Milenio	Senado pide a #Fepade cite a comparecer a @lopezobrador_ y a Eva Cadena http://mile.io/2pchWto	42

Milenio TV	<p>▶ VIDEO: Eva Cadena presenta PETICIÓN por difusión de video, llega en auto de lujo http://mile.io/2qcbd5Q</p>	23
Mujer es Más	<p>#VIDEO Eva Cadena: infiel a MORENA; fiel a AMLO @eva_cadena se arrepiente para no "afectar" a @lopezobrador_ #Staff http://bit.ly/2ooZd0v</p>	34
MVS Noticias	<p>. @CuitlahuacGJ : Eva Cadena deberá renunciar a la candidatura, si no lo hace se la retiraremos 102.5 FM</p>	21
MVS Noticias	<p>Eva Cadena: @lopezobrador_ no está ligado a este caso, no soy cercana a él, estuvo en el evento apoyándome como candidata de #Morena</p>	27
MVS Noticias	<p>. @yeidckol : vamos a analizar el caso para ver si retiramos la candidatura Eva Cadena en Las Choapas 102.5 FM</p>	34
Noticieros Televisa	<p>¿Quién es la persona que entregó el dinero a Eva Cadena Sandoval? En #DespiertaConLoret habla la ahora exdiputada de #Morena</p>	63
Noticieros Televisa	<p>No tengo cercanía con López Obrador y hoy estoy fuera de #Morena': Eva Cadena #DespiertaConLoret http://bit.ly/2hGC8yc</p>	30
Paola Rojas	<p>La diputada por Morena Eva Cadena podría recibir hasta 15 años de prisión.</p>	159
Paola Rojas	<p>Eva Cadena renuncia a la candidatura por Morena en Las Choapas, luego de la difusión del video en el que recibe 500 mil pesos en efectivo.</p>	171
Pascal BeltrandelRio	<p>¡Cómo han ido cambiando el discurso sobre Eva Cadena! Ahora resulta que es una "infiltrada" que quiere dañar la campaña. Vaya.</p>	188
Pascal BeltrandelRio	<p>Que le pusieron un "cuatro" a Eva Cadena es más que obvio (la grabación lo demuestra). Pero nadie la obligó a recibir el dinero, ¿o sí?</p>	182
Pascal BeltrandelRio	<p>Si Eva Cadena casi no conoce a López Obrador, como ella misma dice, ¿por qué éste avaló su honorabilidad en un mitin?</p>	144

Pascal BeltrandelRio	Si le pusieron "un cuatro" a Eva Cadena, ¿por qué ameritaría perder la candidatura y hasta ser expulsada del partido? ¿No es una víctima?	153
Pascal BeltrandelRio	¿Alguien puede creer que la candidata Eva Cadena haya recibido 500 mil pesos de alguien a quien no conoce y luego se los haya devuelto?	315
Patricio	El video de Eva Cadena recibiendo fajos de billetes para @lopezobrador_ es brutal.O aclaran... o sayoanara. http://eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/24/representante-de-morena-recauda-dinero-para-amlo	99
Patricio	Eva Cadena debe decir quién le dio ese dinero, y esa persona debe aclarar por qué se lo dio, para qué y si en verdad se lo regresaron.	449
Pedro Miguel	Eva Cadena asegura que devolvió dinero y declina candidatura http://regeneracion.mx/eva-cadena-asegura-que-devolvio-dinero-y-declina-candidatura/ vía @RegeneracionMx	31
Político MX	. @c_cardenas_s defiende a AMLO tras videoescándalo de Eva Cadena. Pide se investigue antes de acusar al tabasqueño. http://politico.mx/_/61B	20
Político MX	Morena PETICIÓN a Eva Cadena ante el INE y FEPADE. Dicen que la diputada actuó a nombre propio y no de AMLO. http://politico.mx/_/6mK	20
Político MX	Ojo 🙄 Eva Cadena declina a candidatura tras escándalo. La morenista iba por la alcaldía de Las Choapas, #Veracruz. http://politico.mx/_/6jz	25
Político MX	Eva Cadena llegó en auto de lujo a @FGE_Veracruz. Presentó PETICIÓN por el video donde se le ve recibir medio mdp. http://politico.mx/_/6lG	39
Político MX	Eva Cadena recibió dinero supuestamente para AMLO. El tabasqueño dice que le pusieron "un cuatro" para afectarlo. http://politico.mx/_/6jH	31
Político MX	AMLO está dispuesto a debatir para aclarar video de Eva Cadena. Exige que asistan @FelipeCalderon y Carlos Salinas. http://politico.mx/_/6lF	21

Político MX	Morena abre investigación por videoescándalo de diputada. Eva Cadena supuestamente recibió medio mdp para AMLO. http://politico.mx/_/6jy	147
Proceso	“Me duele saber que he sido parte de una treta muy cobarde”: Eva Cadena http://ow.ly/RNah30b9sp7	95
Proceso	Morena admite queja contra Eva Cadena por violar la declaración de principios y estatutos del partido	67
Proceso	Eva Cadena PETICIÓN ante la Fiscalía de Veracruz a autores del “videoescándalo” http://ow.ly/n9UD30bd2UX	77
Proceso	PRI y PAN exigen a Fepade investigar el origen y destino del dinero que recibió Eva Cadena	52
Proceso	“Me duele saber que he sido parte de una treta muy cobarde”: Eva Cadena http://ow.ly/Zmgn30b8L3C	233
Reforma	La Fepade citó a declarar a la morenista Eva Cadena por la posible comisión de un delito electoral federal http://ow.ly/LOh330bfm4	20
Reforma	La diputada Eva Cadena, captada recibiendo 500 mil pesos, fue a PETICIÓN de difusión de video en un Mercedes Benz http://ow.ly/DW5830bd1v4	104
Reforma Nacional	La diputada de Morena Eva Cadena, exhibida aceptando dinero, llegó en un Mercedes Benz E350 a la PGR en Xalapa	737
RegeneraciónMx	‘Al PRI le funcionó distraer con video de Eva Cadena’: Adal Ramones http://regeneracion.mx/al-pri-le-funciono-distraer-con-video-de-eva-cadena-adal-ramones/ vía @RegeneracionMx	24
RegeneraciónMx	‘Al PRI le funcionó distraer con video de Eva Cadena’: @AdalRamones http://regeneracion.mx/pri-le-funciono-distraer-con-video-de-eva-cadena-adal-ramones/ vía @RegeneracionMx	20
Reporte índigo	#Video @lopezobrador_ dice que el video donde Eva Cadena recibe medio millón de pesos es parte de la “guerra sucia”. http://bit.ly/2oEywQU	75
Reporte índigo	Eva Cadena, la candidata de Morena que recibió medio millón de pesos, ya renunció. http://bit.ly/2oEywQU	50
Reporte índigo	Renuncia Eva Cadena, la candidata de Morena que presuntamente recibió dinero para	33

	@lopezobrador_ . http://bit.ly/2oEywQU	
Revolución 3.0	“Peña, además de corrupto, es cochino, es puerco; Yunes y Chong son peor que Eva Cadena”: AMLO http://ow.ly/F2UY30bgdJk	22
Revolución 3.0	“Peña, además de corrupto, es cochino, es puerco; Yunes y Chong son peor que Eva Cadena”: AMLO http://ow.ly/F2UY30bgdJk	21
Revolución 3.0	AMLO no estaba enterado ni recibió dinero; estoy dispuesta a que me investiguen: Eva Cadena http://bit.ly/2q2pJKh	25
Ricardo Alemán	Eva Cadena es prueba de la corrupción en Morena @lopezobrador_ @yeidckol @morenajovent18 http://laotraopinion.com.mx/articulo/eva-cadena-es-prueba-de-la-corrupcion-en-morena	106
Ricardo Alemán	Eva Cadena es prueba de la corrupción en Morena @lopezobrador_ @yeidckol @morenajovent18 http://laotraopinion.com.mx/articulo/eva-cadena-es-prueba-de-la-corrupcion-en-morena	62
Ricardo Alemán	#Video Eva Cadena y el cinismo en Morena https://youtube.com/watch?v=pEz5VNEDhHY	20
Ricardo Alemán	#PonleNombre ¿Cómo titularían la foto de Eva Cadena y AMLO, quien dijo que le pusieron una trampa a ex candidata?	110
Ricardo Alemán	Eva Cadena es prueba de la corrupción en Morena @lopezobrador_ @yeidckol @morenajovent18	23

	http://laotraopinion.com.mx/articulo/eva-cadena-es-prueba-de-la-corrupcion-en-morena	
Ricardo Alemán	¡Que no le cuenten! Versión de Morena y Eva Cadena sobre "vodeoescándalo de #AMLO no cuadra. http://laotraopinion.com.mx/articulo/5-contradicciones-en-el-videoescandalo-de-amlo-y-eva-cadena	27
Ricardo Alemán	Eva Cadena se transporta en un Mercedes con todo y chofer. http://laotraopinion.com.mx/articulo/eva-cadena-se-presenta-a-PETICIÓNr-vid-eoescandalo-en-auto-de-lujo	63
Ricardo Alemán	Eva Cadena renuncia a candidatura por videoescándalo http://laotraopinion.com.mx/articulo/eva-cadena-renuncia-a-candidatura-por-vid-eoescandalo	44
Ruido en la Red	Eva Cadena presentó una PETICIÓN por filtración de video. Llegó en un auto que costaba más de 500 mil pesos. http://bit.ly/2pjCdNQ	74
Ruido en la Red	Esto dijo Eva Cadena sobre el nuevo video donde supuestamente recibe más dinero. Reitera que está editado. http://bit.ly/2qbKWEC	24
Ruido en la Red	BAIA BAIA @lopezobrador_ dice que video de Eva Cadena le recuerda al de Bejarano, obedecen "a la mafia del poder" http://bit.ly/2pXdotZ	60
SDP Noticias	Eva Cadena declina a candidatura de Morena tras video: "caí en un error y lo asumo" http://bit.ly/2oo1UQd	44
SDP Noticias	Se burla AMLO de los 500 mil pesos entregados a Eva Cadena; ¡No manchen! es muy poco, dice http://sdp.tw/2q7JqR1	40
Sergio y Lupita en el Herald Radio	En un vídeo de @El_Universal_Mx se ve a la candidata Eva Cadena Sandoval recibir medio millón de pesos para entregárselos a @lopezobrador_.	278
Sin Embargo MX	Morena PETICIÓN ante la Fepade a Eva Cadena; no representa al partido ni a AMLO, dice http://bit.ly/2qldvMn	66


Sin Embargo MX	Caí en una treta ruin y cobarde: Eva Cadena; el video fue editado, dice, “hubo saña y perversidad” http://sinembargo.mx/24-04-2017/3200397	20
Sin Embargo MX	#Video AMLO señaló a Osorio Chong y a Yunes como responsables de planificar y grabar a Eva Cadena recibiendo dinero http://bit.ly/2piGGCv	33
Sin Embargo MX	"Mi error es evidente, doy la cara porque no tengo nada que ocultar": Eva Cadena; asegura que el video está editado http://bit.ly/2pfqC4j	99
Sin Embargo MX	 @lopezobrador_ dijo que está de acuerdo con que se investigue a Morena y a él tras el escándalo de Eva Cadena http://bit.ly/2qgoyq1	43
Sin Embargo MX	Osorio Chong y Yunes planificaron #VIDEO donde Eva Cadena recibe dinero irregular, asegura AMLO http://bit.ly/2piGGCv	38
Sin Embargo MX	"Mi error es evidente, doy la cara porque no tengo nada que ocultar": Eva Cadena; asegura que el video está editado http://bit.ly/2pfqC4j	82
Sin Embargo MX	Eva Cadena regresa a su curul en el Congreso pese a escándalo http://sinembargo.mx/26-04-2017/3152547	25
Sin Embargo MX	#Video Eva Cadena Sandoval, Diputada de Morena, presuntamente recibe medio millón de pesos para López Obrador http://bit.ly/2pdUHRK	29
Twitter moments en español	⚡ Eva Cadena, la representante de Morena que recibió fajos de billetes, ya renunció a su cargo y regresó el dinero 💰	310
veracruzened	Enjuicia Morena a Eva Cadena; relevada de candidatura en Las Choapas y expulsada por recibir 500 mp para AMLO http://tinyurl.com/kuljhnt #fb	137
Vocero Estado de Méx	Eva Cadena recibe fajo de billetes para @lopezobrador_ niega relación con él y haber recibido dinero. Video completo http://bit.ly/2oF3zN5	24
Vox Populi	Diputada Eva Cadena recibe medio millón de pesos de dudosa procedencia para Lopez Obrador @lopezobrador_	33
Vox Populi	#ConMedioMillonYo sería investigado por la @FEPADE_Mex como Eva Cadena de Morena, que recibió esa cantidad para AMLO http://bit.ly/2phRzVa	25

2) Tuits de Políticos

Políticos		
Usuario	Tuit	Retuits
Acción Nacional	La forma en la que opera Morena se demuestra en video: Eva Cadena recibiendo fajos de billetes para López Obrador. https://goo.gl/ugJcbZ	31
Alberto Barranco Ch.	Presenta Eva Cadena, la estrella del video escándalo una denuncia ante la FEPADE por lo que ubica como engaño. Llega en Mercedes Benz.	920
AlfredO OropezA	#UnaBolsitaPara para la baba de todos los chairros y Pejezombies que se dicen "chamaquiados"... Eva Cadena, Andrés Manuel	22
Atzin Zamudio	Dice @lopezobrador_ que le pusieron un 4 a Eva Cadena, cuando no eres corrupto no caes en ningún 4 sépalo señor #RenunciaAMLO	44
Comisión Nacional de Honestidad y Justicia de MORENA	La @CNHJ_Morena informa que, con base en la información que ha circulado, ha acordado iniciar un proceso a la C. Eva Cadena. #MORENA	57
Cuitláhuac García	Obviamente Eva Cadena cayó en una trampa y devolvió el dinero. Independientemente de eso será sancionada y declinará la candidatura.	37
D. Agustín Belgodère	El modus operandi de Eva Cadena no es nuevo en el equipo de AMLO. ¿Ya olvidaron el caso Bejarano o el de Costa Bonino y Mandoki?	53
Darío Zacarías Capuchino	Ya ha renunciado Eva Cadena a la candidatura de su partido pero qué dice @delfinagomez ?	20
Diputados PAN	#AMLO sigue ligado a las ligas. Primero fue su secretario René Bejarano y ahora su representante y candidata en #Veracruz, Eva Cadena	26
Evelyn Parra	Hoy en Cámara de Diputados, votamos punto d acuerdo para q se investigue a fondo el caso d Eva Cadena, integrante de Morena. @DiputadosPRD_	121
Fernández Noroña	Es decir, Eva Cadena es peor que corrupta, es una infiltrada para hacer daño a morena	267
Fernández Noroña	Claro que hay pragmatismo en morena y que hay una cargada inevitable. Pero lo de Eva Cadena es un burdo montaje. Saludos	60







Fernando Belaunzarán	En lo que no hay ninguna duda es que el dedito de @lopezobrador_ hizo candidata a #EvaCadena dos veces.	25
Gustavo Vela	Le inician proceso partidista a Eva Cadena	30
Hipólito Rodríguez Herrero	Bancada @morena_veracruz pidió solicitud de desafuero vs Eva Cadena. En cambio PRI da fuero a Tarek Abdala ex tesorero de Duarte ¿Iguales?	443
Janneth Moreno Argüelles	Eva Cadena, del clan de "honestos valientes" de @lopezobrador_ no es la primera a la q agarran con las manos en los billetes #RenunciaAMLO	45
Lenia Batres	Morena, firme en casos como el de Eva Cadena. Mientras PRIAN exonera a Emilio Lozoya por Caso Odebrecht @rocionahle	32
Lenia Batres	Salió más "ingenua" que Eva Cadena. Primero le dan el \$\$\$ y luego la exhiben... http://proceso.com.mx/484154/golpe-a-vazquez-mota-diputados-acuerdan-audit-ar-recursos-juntos-podemos	32
Lili Estrada	#ConLosChequesDeDelfina te compras Mercedes como los de Eva Cadena. Esos 500 mil los han de recibir pero diario !!	650
Marisol Calva	No es sólo Eva Cadena, ya son varios cercanos a López Obrador involucrados en escándalos de corrupción. #RenunciaAMLO	46
Marisol Calva	Eva Cadena es solo un ejemplo de la corrupción y la doble moral con la que se conduce MORENA. #RenunciaAMLO	48
Marko Cortés	#AMLO sigue ligado a las ligas. Primero fue su secretario René Bejarano y ahora su representante y candidata en Veracruz, Eva Cadena.	33
Mike Peñaflor	Eva Cadena, representante de Morena, recibe "para AMLO" medio millón de pesos en efectivo ➡ http://eluni.mx/2oDdq5e	67
Mike Peñaflor	Eva Cadena de Morena, recibe para @lopezobrador_ #ConMedioMillonYo de pesos en efectivo ➡ http://eluni.mx/2oDdq5e #NoMientasMorena	227
Mike Peñaflor	Que @DelfinaGomez y @lopezobrador_	436

	expliquen ¿quién y para qué usaron el dinero que le dieron a Eva Cadena? #NoMientasMorena #EdoMex	
Mike Peñaflor	En 2004 @lopezobrador_ dijo que Bejarano cayó en una trampa, hoy dice que a Eva Cadena la chamaquearon. #NoMientasMorena #ConMedioMillonYo	24
Morena Veracruz	Por traidora y corrupta Eva Cadena debe ser retirada de toda responsabilidad política en #morena	22
Nora Ruvalcaba Gámez	El poder corruptor de @YoconYunes con Eva Cadena tan rapaz y perverso como el de su compinche CSG...Ni así frenarán el avance de Morena..	89
Paul Ospital	La recaudadora estrella de MORENA, Eva Cadena volvió por más dinero. Este no es un caso aislado, es la forma de operar de @lopezobrador_ .	134
Pável Meléndez	.Deplorable lo de Eva Cadena #Veracruz plausible la prestancia y lo expedito q actúa @CNHJ_Morena @diazpol acciones d militantes no d AMLO	25
PRD	Eva Cadena y @morena_veracruz están obligados a explicar el origen de los recursos	25
Ricardo Anaya	El dinero que le daban Javier Duarte y Eva Cadena a López Obrador ya se le hizo billete con gorgojo. ¡Qué vergüenza! AMLO es un farsante.	93
Roberto Gil Zuarth	¿Cuántas más "Eva Cadena" hay en el país recibiendo en lo oscurito dinero para Morena y AMLO? Y de a medio millón por sentada	72
Roberto Gil Zuarth	El caso de Eva Cadena es una muestra de la mafia de Morena y López Obrador. Su deslinde no basta. Ni tampoco la cantaleta del compló.	75
Santiago Torreblanca	¡Esta historia ya la conocemos! En 2004 Bejarano/Ahumada. Hoy Eva Cadena recibe medio millón para #AMLO. ¿Esa es la "honestidad valiente"?	25

Tus Diputados Morena	Morena actúa firme vs quienes cometen una falta ética como Eva Cadena. Mientras, PRIAN exhonera a E. Lozoya por Caso Obredetch: @rocionahle	93
Tus Diputados Morena	MORENA presentó denuncia ante la Fepade para que se investigue caso Eva Cadena porque detrás están @ericklagosh y @YoconYunes : @rocionahle	436
Tus Diputados Morena	ÚLTIMA HORA @ericklagosh operó con @YoconYunes entrega de dinero a Eva Cadena en Veracruz @FEPADE_Mex  http://bit.ly/2pjc4Ra #PANdeDuarte	512
Tus Diputados Morena	En congruencia a los principios de MORENA: no mentir, no robar y no traicionar al pueblo, Eva Cadena será expulsada http://bit.ly/2oF4gFm	180
Tus Diputados Morena	El Coordinador de la bancada de MORENA en #Veracruz presentará juicio político contra Eva Cadena: @rocionahle	97
Tus Diputados Morena	Juicio Político también servirá para que se lleve a cabo el desafuero de Eva Cadena: @rocionahle http://bit.ly/2oRmCU0	76
Vera Patricia Cruz N.	"Se debe investigar a Eva Cadena, y expulsarla inmediatamente": @yeidckol Polevnsky	39

3) Tuits de Opinión Pública

Opinión Pública		
Usuario	Tuit	Retuits
SuperChairo	Eva Cadena representante de Morena le hace daño a la democracia y debe ser juzgada sin importar partido. http://eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/24/representante-de-morena-recauda-dinero-para-amlo	26
@rthur013	👉 Marty vengo del futuro y Eva Cadena nos costó la Presidencia de México 😂😂😂😂 #PidoLanaComoAMLO	31
@rthur013	▶️ #EstaMañanaTeinformo Otro video de Eva Cadena recibiendo más Dinero 😱 ▶️ESTA MUJER NO TIENE LLENADERA 😂	204
#CarcelAlaWallaceYCalderón	-Oye @YoconYunes pero me das #UnaBolsitaPara para los 100 millones que me embolsare por el montaje -Si, Eva Cadena	75
#CarcelAlaWallaceYCalderón	Recordemos que Eva Cadena era panista y renunció. Ahora sabemos que se infiltró para participar en el montaje https://twitter.com/lovrega/status/856506106033655808	79
#CarcelAlaWallaceYCalderón	MIENTRAS MORENA EXPULSA A "Eva Cadena" Y EXIGE SE INVESTIGUE, PRIAN EXONERA A LOZOYA POR CASO ODEBRECHT	87
#CarcelAlaWallaceYCalderón	El Circo de Eva Cadena NO FUNCIONÓ. El PAN tendrá que seguir buscando "otras estrategias" para desprestigiar a AMLO https://twitter.com/CharlieActus/status/856624390653435904	52
#CarcelAlaWallaceYCalderón	Burdo montaje, que se cae como castillo de naipes, lastima Margarita Zavala más suerte para la próxima, Eva Cadena	44
#Obradorista 2018 - 2024	#PANesDuarte "el diablo anda suelto; Peña Nieto, Osorio Chong y Yunes Linares están pendientes y alrededor de Morena": Eva Cadena	26
#RazonesParaReirme	"Senado pide a #FEPADE cite a comparecer a @lopezobrador_ y a Eva Cadena" ¿Y a éstos cuándo?	78

	#CortinaDeHumo https://pic.twitter.com/gLYVmcXnY5	
#RazonesParaReirme	#DebateEdoMex la #CortinaDeHumo con Eva Cadena Sandoval no funcionó como se esperaba.... Ni modo PRI y PAN = #PRIAN	60
#RedAMLO Otomí Acambay morena	es claro, Eva Cadena Sandoval fue infiltrada por el #PAN a morena la comisión de Honor la expulsará la cárcel es el destino de los corruptos	50
#RedAMLO Otomí Acambay morena	Eva Cadena Sandoval, ha sido "panista de toda la vida" hace meses "renunció" a @AccionNacional pero siempre ha sido alfil de @YoconYunes	53
Alejandra Alvarado	Aquí podemos ver claramente como chamaquean a Eva Cadena, montando un compló para que se suba a su Mercedes #ConLosChequesDeDelfina	95
Angel del Señor	Quiero culpar del 4 a Eva Cadena a Salinas  Calderón  Peña  Fox  Santa  Yisus  Y quién se atraviere https://youtu.be/bnjBrJ1CmQU	20
Anónymous Power	!!Que Comiencen Los Juegos del Hambre!!En su Máxima Expresión #YaNoMeAcordaba Eva Cadena #FelizLunes #TeMeAntojasPara #RegresoaClases #24abr	28
AntiTelevisaMx	Despacho del PANista Gomez Mont como Eva Cadena, defenderá al asesino Duarte, ¿Así o más claro que #PANesDuarte?	129
AntiTelevisaMx	¿Cuánto crees México, que le habrá pagado el asesino @felipecalderon , a la ex-PANista Eva Cadena por su montaje?	20
AntiTelevisaMx	Se nota, que esto de la ex panista Eva Cadena es un montaje más y guerra sucia del Narco-PAN, contra AMLO ¡YA BASTA!	29
Antonio Rosas	¿Qué se siente Alfredo que "Delfina Gómez y Eva Cadena" son más conocidas que tú?	45

	#YaGanamos #LaEsperanzaSeVota	
Aretito Feliz como lombriz	"Eva Cadena" Cuando los panistas quieren acusar a otro expanista de corrupciòn es fàcil ya se conocen	24
Barrancas Bimbo	Cuánto amor... Por el dinero Eva Cadena y el golfo de México @lopezobrador_ #notendraunabolsita? Par de corruptos.	27
Bibi Montero	Erick Lagos acusado de ser 'zeta' fue autor con Yunes del montaje vídeo Eva Cadena a cambio d impunidad #PANesDuarte http://youtube.com/watch?v=bfNhqlr2A1g	166
Carlos Chavira	Eva Cadena, diputada de MORENA recibiendo millones de pesos para AMLO. Es obvio que sabía de esto. Las mismas ratas en diferentes partidos	20
Carlos Chavira	(VIDEO) Eva Cadena recibiendo millones de pesos para AMLO. Lo van a defender? Ya quiero leerlos. http://youtu.be/HIjja8ID0A	21
Carlos Chavira	#AMLORespuestas -AMLO, qué piensas de Bejarano y Ahumada? •Salinas -Y de Eva Cadena con los \$500,000 para tu campaña? •EPN, Calderón, México	42
César Beard	Esa Eva Cadena para que pide bolsita habiendo ligas.....	20
Charlie Actus	El Circo de Eva Cadena NO FUNCIONÓ. El PAN tendrá que seguir buscando "otras estrategias" para desprestigiar a AMLO. Guerra Sucia del PRIAN	32
Conciencia&Dignidad	@ferbelaunzaran Es tan bueno haciéndose la víctima, el peje que para él la culpa de que Eva Cadena recibiera dinero es del PAN y del PRI	38
Donny	"Casualmente" Eva Cadena si aparece en TT. Duarte, Yarrington, Moreira casi nunca! #PANesDuarte	21
Eduardo Cortés	¡Es obligado leer a @julioastillero ! Eva Cadena: botón de muestra del oportunista reciclaje de pillos en Morena. http://jornada.unam.mx/2017/04/25/opinion/008o1pol?partner=rss	22

El Candigato Morris	La corrupción no se crea ni se destruye, solo se transforma... En otro partido político 🐱 Eva Cadena Vía @dr_sergiomedina #YaNoMeAcordaba	73
El Candigato Morris	Javier Duarte del PRI Reynoso Femat del PAN Eva Cadena de Morena Nadie se salva, dejen de fingir les importamos, solo van x el varo	51
El Candigato Morris	Eva Cadena renuncia a candidatura pero no al fuero. Tonta tonta pero no tanto 😊	24
El Chairo de Chairos Comunista	Eva Cadena será sancionada. @FelipeCalderon exoneró a Moreira. La nota de @El_Universal_Mx salió hoy en la madrugada para marcar la agenda.	56
El Chairo de Chairos Comunista	La esposa de FECAL miente al decir que Eva Cadena es del círculo cercano a AMLO. Lo malo sería ser familiar o cónyuge de @FelipeCalderon	58
El Rey	Eva Cadena llega a interponer denuncia en Mercedes Benz con valor de \$500,000 https://shar.es/1FtZtS ¿Cual austeridad? @lopezobrador_	84
El Tío Tony	La diferencia entre el PAN y MORENA, el PAN hizo gobernador Miguel Ángel Yunes a un pederasta, en cambio MORENA hace renunciar a Eva Cadena.	69
El Titán	La enemiga de Eva Cadena es Eva Cadena. No está mal tener un Mercedes Benz, pero ¿ir a la @FGE_Veracruz en uno, si te acusan de corrupción?	280
Enlazadot	Renuncia candidata de Morena tras filtración de video - Eva Cadena, declinó a la candidatura de Morena a la Pre... http://ow.ly/zshJ50b3AXT	34
Enlazadot	Segundo video es cuando devolvía el dinero, está editado: Eva Cadena http://ow.ly/MqMX50b87vU	176
Enlazadot	Interpone PAN denuncia contra Delfina Gómez y Eva Cadena ante Fepade http://ow.ly/xsvD50b8brG	22

Eumen.	Eva Cadena recibiría de 5 a 15 años de cárcel: @FEPADE_Mex -Q den el triple de condena a quien ofreció la LANA Seamos parejos ¿O no? @PGR_mx	188
Gerardo RL	¿Ya salió @lopezobrador_ a deslindarse de Eva Cadena Sandoval? Es lo que hace cuando a sus empleados los cachan con las manos en la masa 🖐	24
Gobierno de AMLO	Eva Cadena alega que el segundo video que la involucra en sobornos está editado: "Me estaban pagando la tanda y lo que me debían de Avon..."	96
Guillermo Pozos	Cuando te gana la risa al ver que Eva Cadena tiene que devolver 500 mil pesos y tú puedes seguir con 259 mil millones de pesos.	28
Gustavo Montoya	Hoy Eva Cadena, representante de Morena, ayer Monreal, antes Bejarano, Ponce. Puro "compló". #La mafia del joder @JLozanoA @ferbelaunzaran	20
Héctor Díaz-Polanco	AMLO reacciona ante el intento de enlodarlo con el video de Eva Cadena. https://youtube.com/watch?v=Rk_xIys2OHk	62
Héctor Díaz-Polanco	Segundo paso. La CNHJ admite la queja contra Eva Cadena y establece medidas cautelares: anula su candidatura y la separa de bancada.	129
Héctor Díaz-Polanco	La @CNHJ_Morena informa que, con base en la información que ha circulado, acordó iniciar un proceso a la C. Eva Cadena. #MORENA	130
Héctor Díaz-Polanco	Un interesante comentario sobre el caso Eva Cadena. https://twitter.com/JorgeSanBer/status/856572307686293506	232
Héctor Díaz-Polanco	La opinión de Gerardo Fernández Noroña sobre el video-escándalo de Eva Cadena. https://youtube.com/watch?v=AizGNp4UBIQ	25
Héctor Díaz-Polanco	Otro video con la versión de Eva Cadena sobre lo acontecido. https://youtube.com/watch?v=NcXbEgq3mzo	273
Humanos Éticos	"Morena, gracias a Eva Cadena, tiene ante sí la oportunidad de corregir varios de sus puntos explícitamente débiles" (@julioastillero)	53
Ileana MX	Si en verdad hubiera sido un 4. Morena y AMLO junto con Eva Cadena lo hubieran denunciado el mismo día. Pero son corruptos	60

Ileana MX	Los \$3,877,000 de René Bejarano vs los \$500,000 de Eva Cadena #RenunciaAMLO #MochesParaAMLO #PidoLanaComoAMLO https://m.youtube.com/watch?feature=youtu.be&v=BzGgpTaJsUA	22
Ileana MX	Desde Bejarano , Carlos Imaz , Rosario Robles , Carlos Ponce , los cercanos a Delfina que traían 2 millones hasta Eva Cadena: AMLO	22
Ileana MX	Pobre mujer , otra vez la chamequearon 😏😏😏. La “recaudadora” Eva Cadena volvió por más dinero http://eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2017/04/27/cadena-recibe-ahora-10-mil-dls-y-50-mil-pesos#.WQHjSj7ZN1M.twitter	553
Ileana MX	Si en verdad hubiera sido un 4. Morena y AMLO junto con Eva Cadena lo hubieran denunciado el mismo día. Eso haría una persona honesta	22
Isabel Miranda de Wallace	Le pusieron trampa a Eva Cadena, @lopezobrador_ y eso les quita lo corruptos? @NTelevisa_com @CarlosLoret	31
Jan Herzog	Dicen q le pusieron un cuatro a Eva Cadena..Más bien pusieron en cuatro a @lopezobrador_ y su venta de candidaturas al crimen organizado!RT!	45
Jan Herzog	#Abarca ... #DELFINA ... Eva Cadena ... Cuantas candidaturas más ha comprado el NARCO a @lopezobrador_ dueño y señor de #MORENA ? Urge RT!	49
Jan Herzog	Eva Cadena Sandoval ! No sabe quién le dio el dinero ! Pero ya lo regresó !!! 😏😏😏😏 esa mamada solo la puede creer un puto #Chairo fanático! 😏	106
JL Galindo	Eva Cadena (#LadyBolsitas) no es cercana a @lopezobrador_ , asegura Yeidckol Polevnsky	21
johnerencastle	Ya salió el peine @YoconYunes y @osoriochong orquestaron el video escándalo de Eva Cadena. #DelfinaGomez GOBERNADORA	59
José Antonio Crespo	Eva Cadena asegura que a todos los candidatos de Morena les dan dinero. Pero no todos son descubiertos... por eso ella tuvo que renunciar.	22

Joserra	¿ No tenemos video de Eva Cadena ? ¿Esa noticia no es relevante @AristeguiOnline ?	24
JUAN 12.50	Y cuantas como Eva Cadena más tendrá @lopezobrador_ recaudandole para su BUEN VIVIR ?? AMLO además de PELIGRO es pura CORRUPCION	285
Juan Manuel Valero	La tramposas grabaciones a Eva Cadena recibiendo fajos de billetes son una burda jugarreta del PRIAN para golpear a López Obrador. #YaChole	37
Karla	El PRI PAN PRD han robado por años a Mexico, los gasolinazos, IEPS, aumento de precios, Son muy corruptos @alfredodelmazo Eva Cadena es nada	32
La Guerra se acerca	Eva Cadena otrora panista y con las viejas mañanas sale en un nuevo video montaje por si 500 mil se les había hecho poco a algunos.	115
León	Tu misma gente te advirtió de la corrupta Eva Cadena y su imposición. ¿Cual fue la razón para no hacer caso @lopezobrador_ ?	36
Lili	Eva Cadena de corazón azul #PANesDuarte	26
Linixifer	@FelipeCalderon @Mzavalagc @PRINACIONAL están muy desacreditados que ni la pantomima de "Eva Cadena" los salvará del precipicio #PANesDuarte	38
Linixifer	"Eva Cadena" una novela más de las estrellas. Productor: @FelipeCalderon Director: @YoconYunes Maquillaje: @Mzavalagc #FelizLunes	38

Luis Fernando García	- ¿Oiga AMLO que opina del video de Eva Cadena? - Opino que Salinas, Peña y Calderón son corruptos. - Pero de Eva... - Son corruptos dije...	60
Marcela HerreraR	Fui ingenua: Eva Cadena// no reinis fuiste ingenua y chueca aceptando 500 mil pesos en cash.	55
Martí Buitres	En MORENA nos avergonzamos de Eva Cadena, no nos representa ni representa nuestros valores.Figurense que la muy descuidada ¡se dejó grabar! 🙄	32
Mau Far Ath	Tras el videoescándalo de Eva Cadena que embarra a AMLO, aquí mi entrevista a Chairo Epigmenio Ackerman Noroña.	22
Mazinger Z™ FIFÍ	Marrano y ladrón, que calificación le pusiste a Eva Cadena por hacerte esos "exámenes orales" a los que sometes a todas las Morenacas?	26
Mi nombre es Erre, José Erre.	Eva Cadena Sandoval resultó ser "panista", "externa" y "desconocida" para AMLO. Él es limpio y puro y está muy triste por nuestra mezquindad	27
Miriam Junne	¿Saben quién se va a librar de juicio político en medio del escándalo de Eva Cadena? El delincuente exdirector de Pemex, Emilio Lozoya.	32
molotovmx	#PanEsDuarte 'Se debe investigar a Eva Cadena, y expulsarla inmediatamente': Yeidckol Polevnsky http://dlvr.it/Nz1jmY	24
Mr. X	Señor AMLO le manda su ropa de la lavandería Eva Cadena	29
Política Mexicana	Si Eva Cadena no da nombres y detalles de quién le dio el dinero y esa persona no dice quienes eran esos "empresarios" sólo será montaje	20
PrometeoNuclear	Eva Cadena, cercana a Yunes y de "corazón azul". http://imagedelgolfo.mx/resumen/coatzacoalcos-minatitlan-sur/41173817/eva-cadena-de-morena-pero-de-corazon-azul.html #morena	39
Rafael Herrera	Mientras ellos distraen a los ciudadanos . con caso Eva Cadena. Exoneran a corrupto em caso odebrehec	202
Red Ciudadana Libre	Con lo de Eva Cadena y Javier Duarte queda demostrado el por que @lopezobrador_ no tiene tarjetas de credito, el maneja puro efectivo! 🇸🇨	67
Renegado Legítimo	Qué curioso que para @El_Universal_Mx el asunto de Odebrecht y la exoneración de Moreira no merecieran las ocho columnas y Eva Cadena sí	40

Renegado Legítimo	Qué curioso: llevan medio día repitiendo lo de Eva Cadena los mismos que callaron vergonzosamente lo de Odebrecht y FeCal.	71
Renegado Legítimo	Si a estas alturas no les ha quedado claro que todo lo de Eva Cadena fue un montaje preparado por Yunes, merecen seguir jodidos, amigos	58
RickDjMx	#Pregunta ¿La bolsita que usó Eva Cadena para guardar los \$500,000 para Andrés Manuel era de papel reciclado? #TeMeAntojasPara la cárcel	41
RickDjMx	Los \$3,877,000 de René Bejarano vs los \$500,000 de Eva Cadena #UnaBolsitaPara Eva y ligas para Bejarano	21
Rocío	AMLO nunca recibió dinero ni estaba enterado: Eva Cadena - @opach @MomoSosa #PANesDuarte	36
Rodrigo Mesa	Eva Cadena se metió en problemas porque mientras recibía el dinero, al de la cámara no le dijo "apaga tu chingadera".	33
Simpsonito	Señor AMLO le manda su ropa de la lavandería Eva Cadena	36
Sin Desperdicio	¡Esa agilidad debería de ser general! La FEPADE abrió expediente por el caso de Eva Cadena. http://attimes.mx/notas.php?id=14469	138
Sra de Reyes	Ya salió el peine. El ex director de PEMEX quedará (también) exonerado. Mientras todos vemos el show de Eva Cadena.#ElPANesDuarte	29
Sra de Reyes	A ver señores, el caso de Eva Cadena ya está en manos de la "justicia" sabemos que es una #cajachina chafa enfoquémonos en lo de #Odebrecht	53
Sra de Reyes	Hola @El_Universal_Mx a qué hora sacas nuevo video de Eva Cadena para distraernos y que #LaMalanteadaDelPRIAN apruebe leyes que nos jodan.	394
Tuitera MX	De acuerdo: que se investigue el origen del dinero recibido por Eva Cadena y se castigue a los responsables http://proceso.com.mx/483624/pri-pan-exigen-a-fepade-investigar-origen-destino-del-dinero-recibio-eva-cadena?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter	67

Tuitera MX	Sobre todo, cuando Eva Cadena era hasta hace poco militante panazi muy cercana al pederasta @YoconYunes . Normal que fuera corrupta	119
Tuitera MX	Duda razonable: ¿por qué ningún panazi o primate puso denuncia para que @PGR_mx investigue el origen del dinero entregado a Eva Cadena?	262
Valquiria	@Mzavalage rechaza que el caso de Eva Cadena sea parte de un linchamiento político. https://noticieroaltavoz.com/2017/04/28/amlo-puso-a-eva-cadena-a-recaudar-dinero-ahora-la-desconoce-margarita-zavala/	224
Vero Islas	Recordemos que Eva Cadena era panista y renunció recientemente. Ahora sabemos que se infiltró para participar en el montaje. Son burdos.	133
Vero Islas	Lo de Eva Cadena es un burdo montaje fabricado por @YoconYunes . El PAN está desesperado y @FelipeCalderon bastante encabronado.	142
Vero Islas	Como le dijo Sansón Carrasco a Sancho Panza: Nunca segundas partes fueron buenas. Lo de Eva Cadena tiene el tufo pútrido de @FelipeCalderon.	20
Vero Islas	El montaje de Eva Cadena es una #CortinaDeHumo para distraer a los mexicanos de una noticia que podría sacudir a México. #YoConfioEnAMLO.	308
Vero Islas	Mientras en Morena anulan la candidatura de Eva Cadena, en el PAN apoyan a @JosefinaVM a sabiendas de que se robó 1000 Mdp. #CortinadeHumo	190
VP-Jordan Pontier	Antes Bejarano, después Costa Bonino y ahora Eva Cadena colecta dinero para AMLO. Pero ¿qué necesidad? http://sdpnoticias.com/nacional/2017/04/24/antes-bejarano-despues-costa-bonino-y-ahora-eva-cadena-colecta-dinero-para-amlo-pero-que-necesidad vía @jlca007	32

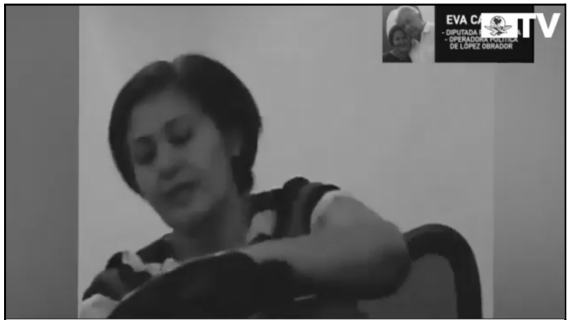
4) Videos de Eva Cadena



Video 1: <https://bit.ly/evacadena-video1>



Video 2: <https://bit.ly/evacadena-video2>



Video 3: <https://bit.ly/evacadena-video3>