



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Iztapalapa

**LA RELACIÓN DEL PODER EJECUTIVO Y LOS MEDIOS
TELEVISIVOS: EL CASO DE ENRIQUE PEÑA NIETO**

T E S I N A

QUE PRESENTA

FERNÁNDEZ SOLTERO RODRIGO VALENTÍN

MATRICULA: 2173018778

Para acreditar el requisito del trabajo terminal
y optar al título de

LICENCIADO EN CIENCIA POLITICA

DR. ALBERTO ESCAMILLA CADENA
ASESOR

DRA. MARÍA EUGENIA VALDÉS VEGA
LECTOR

Iztapalapa, Ciudad de México, a 04 de octubre de 2021.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA – Unidad Iztapalapa

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA-COORDINACIÓN DE CIENCIA POLÍTICA

D I C T A M E N

Después de examinar este documento final presentado por el (la) (s) alumno (a) (s) **Fernández Soltero Rodrigo Valentín**, matrícula(s) **2173018778** con el título de *La relación del Poder Ejecutivo y los medios televisivos: el caso de Enrique Peña Nieto* se consideró que reúne las condiciones de forma y contenido para ser aprobado como conclusión de la Tesina o Trabajo Terminal, correspondiente a la Licenciatura en Ciencia Política que se imparte en esta Unidad.

Con lo cual se cubre el requisito establecido en la Licenciatura para aprobar el Seminario de Investigación III y acreditar la totalidad de los estudios que indica el Plan de Estudios vigente.

A s e s o r

Dr. Alberto Escamilla Cadena

L e c t o r

Dra. María Eugenia Valdés Vega

Fecha: 04/octubre/2021 Trim: 21-P No. Registro de Tesina: FSRV/2020-O

UNIDAD *Iztapalapa*

Av. Michoacán y la Purísima, Col. Vicentina, 09340, México, D. F., Tels.: 5804-4600 y 5804-4898, Tel. y Fax: [01-55] **5804-4793**

Agradecimientos

La culminación de esta etapa en mi vida no hubiera sido posible sin el apoyo de mi madre, Gabriela Soltero, mi padre, Valentín Fernández, y mi hermana, Valeria Fernández, les agradezco de corazón por apoyarme ciegamente durante estos años.

Asimismo, destaco los consejos de mi primo, David Moreno, que con su vocación por la docencia me guió para elaborar un trabajo terminal de mayor rigurosidad académica.

Reconozco el esfuerzo de los profesores que me formaron como politólogo, especialmente el del Dr. Alberto Escamilla, que me asesoró durante un año para elaborar este proyecto, y el de la Dra. María Eugenia Valdés, que colaboró en la selección y lectura del tema.

Finalmente, agradezco infinitamente a la Universidad Autónoma Metropolitana por abrirme sus puertas en la unidad Iztapalapa, por presentarme amigos que me motivaron todos los días y por hacerme crecer personal y profesionalmente.

Índice general

Introducción	i
1 Desgaste de la comunicación política	1
1.1 Introducción	1
1.2 Presidencialismo	2
1.3 Comunicación Política	6
1.4 Poderes Fácticos	13
1.5 ¿Deterioro de la democracia?	17
1.6 Conclusión	23
2 Rumbo a Los Pinos	25
2.1 Introducción	25
2.2 Presidencialismo Autoritario en México	26
2.3 Precampaña presidencial	32
2.4 Movimiento #YoSoy132	36
2.5 Elección Presidencial 2012	41
2.6 Conclusión	49

3 La deslegitimación presidencial	51
3.1 Introducción	51
3.2 Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013-2014	52
3.3 El fin de la legitimidad	59
3.4 Análisis estadístico	66
3.5 Conclusión	89
 Conclusiones	 91
 Bibliografía	 102

Índice de figuras

2.1	Tipos de gobierno y distribución de poder	30
3.1	Participación ponderada de Canales de Programación del Servicio de Televisión y Radiodifusión comercial, nivel nacional	57
3.2	Recursos Federales que recibieron algunos Grupos Mediáticos por pago de Servicios de Comunicación Social y Publicidad (2013-2018)	58
3.3	Índice de legitimidad con la constante.	80
3.4	Índice de legitimidad sin la constante.	88

Índice de tablas

1.1	Características del sistema presidencial y del sistema parlamentario.	2
1.2	Tipología de los sistemas presidencialistas en América Latina	4
2.1	Qué es un "movimiento social"	37
2.2	Tiempo otorgado a cada candidato por género periodístico	47
2.3	Piezas informativas con valoración en televisión por candidato	48
2.4	Resultados de la elección presidencial en México (2012)	49
3.1	Principales modificaciones de la Reforma en Telecomunicaciones y Radio- difusión (2013)	54
3.2	Estadísticas de ajuste para el modelo saturado que contempla una cons- tante en la regresión.	69
3.3	Estimaciones de los coeficientes de la regresión para el modelo saturado que considera una constante.	69
3.6	Legitimidad del presidente sin la constante	87

Introducción

Los medios televisivos y el poder político en México han mantenido un vínculo estrecho desde mediados del siglo pasado. Al inicio de esta relación, el presidencialismo autoritario tenía control pleno de las televisoras, sin embargo, con la llegada de la economía de libre mercado, la correlación de fuerzas se transformó y dio paso a que estos grupos consiguieran influir en cuestiones políticas que están fuera de su naturaleza.

El presente trabajo terminal aborda “La relación del Poder Ejecutivo y los medios televisivos: el caso de Enrique Peña Nieto”. El interés por desarrollar este tema radica en comprender cómo es que los medios televisivos pueden modelar la opinión pública para favorecer intereses particulares, complejizando las interacciones dentro del sistema político mexicano. Así pues, al presentarse como poderes fácticos afectan los procesos democráticos.

Lo anterior provoca la formulación de dos preguntas: ¿Los medios televisivos coadyuvaron a la llegada de Enrique Peña Nieto a la presidencia en 2012? ¿La Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2013-2014 tuvo efectos adversos para el duopolio que impera en la industria?

Como respuesta a estas preguntas propongo la siguiente hipótesis: *Enrique Peña Nieto mantuvo una estrecha relación con los grupos televisivos antes y durante su sexenio. Para disimular el vínculo con las televisoras, en el año 2013 envió al Congreso la iniciativa de reforma en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, la cual no logró derrotar al duopolio que impera en la industria. Y, a pesar de contar con el auxilio de los medios televisivos, la legitimidad del presidente tuvo caídas abruptas a lo largo del sexenio. Para comprobar dicha afirmación desarrollo tres capítulos.*

En el primer capítulo, titulado “Presidencialismo, comunicación política, poderes fácticos y democracia”, discutimos sobre los aspectos principales de dichos conceptos y los relacionamos. Observamos cómo los medios televisivos se han posicionado como poderes fácticos por ser uno de los principales canales para el proceso de comunicación política y por su alto impacto en la opinión pública, por lo cual, existe un deterioro en los procesos democráticos.

En el segundo capítulo, titulado “Peña Nieto y el Estado de México, movimiento #YoSoy132 y las elecciones presidenciales del 2012”, observamos cómo es que Peña Nieto utilizó su gobierno frente a los mexiquenses para impulsar su imagen con la ayuda de las televisoras y del Grupo Atlacomulco. De igual forma, analizamos a un movimiento social que surge del descontento estudiantil por la manipulación de los medios de comunicación, el movimiento #YoSoy132, que fue sin duda un accidente terrible para la campaña presidencial del priísta.

En el tercer capítulo, titulado “La Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013-2014 y la deslegitimación presidencial”, retomamos cómo fue el proceso legislativo para la aprobación de la Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión, con base en los datos de la cantidad de canales en televisión, la cantidad de audiencia a nivel nacional y la cantidad de recursos federales recibidos, determinamos si la reforma puso fin al duopolio o no. Posteriormente, recopilamos algunos de los eventos que deslegitimaron al presidente y, finalmente, se ofrece un índice para medir la legitimidad de Enrique Peña Nieto para observar, con ayuda de los datos, como afectaron los eventos que afectaron su legitimidad.

A lo largo de este trabajo son utilizadas dos técnicas de investigación: la primera, que es a la que más recurrimos, es el análisis de contenido, recopilé ensayos, artículos, libros y videos que ayudan al desarrollo del tema. Así, a lo largo del texto se citan diversos autores para favorecer la discusión y enriquecer la investigación. La segunda es el análisis estadístico, utilicé un par de estudios para formular un índice de legitimidad de Enrique Peña Nieto, el resultado es favorable y da solidez al trabajo. De tal forma que este estudio tiene un enfoque mixto, es decir, se incorpora el método cualitativo y cuantitativo.

Capítulo 1

Presidencialismo, comunicación política, poderes fácticos y democracia

1.1 Introducción

En este primer apartado se elabora una aproximación teórica a los conceptos de presidencialismo, comunicación política, poderes fácticos y democracia. Asimismo, se observa cómo interactúan entre sí.

El objetivo principal es comprender ¿cómo es que la televisión afecta al proceso de comunicación política en los sistemas de gobierno presidencialistas y cómo esto deteriora a la democracia?

Para dar respuesta a lo anterior, el capítulo cuenta con cinco subapartados: en el primero, se desarrolla el concepto de presidencialismo, se realiza una definición comparándolo con el sistema parlamentarista y se ofrece una tipología de los presidencialismos en América Latina; en el segundo, se desarrolla el concepto de comunicación política y se observa cuáles son los canales para dicho proceso; en el tercero, se desarrolla el concepto de poderes fácticos, definimos qué son, cuáles son y cómo es que los medios de comunicación se manifiestan como uno; en el cuarto, se desarrolla el concepto de democracia y se explican tres razones fundamentales en las que las televisoras inciden en la política, provocando la decadencia de la democracia; por último, se ofrecen las conclusiones.

1.2 Presidencialismo

En lo que respecta al presidencialismo, es menester identificar que comienza su gestación con la Independencia de las Trece Colonias. Al despojarse del control de la Corona Británica, los Estados Unidos deseaban alejarse del viejo régimen, que presentaba un sistema parlamentarista, e incursionaron en la creación de su propio sistema de gobierno.

Los redactores de la constitución norteamericana de 1787 se vieron influenciados por autores como Locke, Montesquieu y Blackstone. Bajo esta línea de pensamiento desarrollaron el sistema presidencialista, que, posteriormente, se expandió por América Latina.

Considero oportuno reflexionar sobre las principales características del presidencialismo y del parlamentarismo para comprender sus diferencias y, de este modo, cristalizar al primero.

Tabla 1.1: Características del sistema presidencial y del sistema parlamentario.

Presidencialismo	Parlamentarismo
<ul style="list-style-type: none"> ■ El poder ejecutivo es unitario. El presidente es jefe de estado y jefe de gobierno. ■ El presidente es electo periódicamente por el pueblo lo que le da independencia frente al poder legislativo. ■ El presidente tiene una gran injerencia en la designación de los miembros del gabinete. ■ Ni el presidente ni los secretarios de estado son políticamente responsables ante el congreso. ■ Ni el presidente ni los secretarios de estado pueden ser miembros del congreso. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ El poder ejecutivo es doble: existe un jefe de estado y un jefe de gobierno. ■ Los miembros del gabinete (gobierno, poder ejecutivo) son también miembros del parlamento (poder legislativo). ■ El gabinete está integrado por los jefes del partido mayoritario o por los jefes de los partidos que por coalición forman la mayoría parlamentaria. ■ En el gabinete existe una persona que tiene supremacía y a quien se suele denominar primer ministro.

Continuación tabla 1.1: Características del sistema presidencial y del sistema parlamentario.

Presidencialismo	Parlamentarismo
<ul style="list-style-type: none"> ■ El presidente puede estar afiliado a un partido político diferente al de la mayoría del congreso. ■ El presidente no puede disolver al congreso, pero el congreso no puede darle un voto de censura. ■ Se presenta con mayor recurrencia en el continente americano. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ El gabinete subsistirá, siempre y cuando cuente con el apoyo de la mayoría parlamentaria. ■ La administración \negpública está encomendada al gabinete, pero este se encuentra sometido a la constante supervisión del parlamento. ■ Existe entre parlamento y gobierno un mutuo control. ■ Se presenta con mayor recurrencia en el continente europeo.

Fuente: Elaboración propia con base en [Carpizo, 1986] y [Nohlen, 1991].

Las características que con mayor facilidad se observan y que denotan qué tipo de sistema de gobierno tiene un país se encuentran contestando: 1) ¿el poder ejecutivo es unitario?; 2) ¿quién elige al jefe de gobierno?; y 3) ¿los miembros del poder Ejecutivo pueden ser parte del poder Legislativo? Con las respuestas a estas preguntas podemos precisar, de manera general, si un país es presidencialista o parlamentarista.

Por ejemplo, en el caso de Inglaterra el pueblo vota por los que los representarán en el parlamento (la Cámara de los Comunes y la Cámara de los Lores), posteriormente, el parlamento elige a un primer ministro. El primer ministro es el jefe de gobierno, puede ser removido por el parlamento si hace mal su trabajo, así lleve un año en el cargo, y los miembros del gabinete son miembros del parlamento. Así pues, este es un ejemplo clásico de sistema parlamentario.

En cambio, en el caso mexicano el presidente es electo periódicamente por los ciudadanos. El presidente designa a su gabinete, es jefe de gobierno y jefe de Estado. Ni el presidente ni sus secretarios pueden formar parte del poder Legislativo. Por lo tanto, es un sistema presidencial.

Las características descritas en la Tabla 1.1 no se presentan de forma pura en la praxis, en algunas ocasiones se pueden encontrar tintes parlamentarios en sistemas presidenciales y viceversa, dependerá del país que se esté analizando.

Para clarificar lo anterior y profundizar en nuestro concepto, proseguiré presentando las características de los sistemas presidencialistas existentes en la región de América Latina.

Tabla 1.2: Tipología de los sistemas presidencialistas en América Latina

Tipo de presidencialismo	Principales características	Países
Presidencialismo puro	Es el que más se aproxima al modelo norteamericano, el Ejecutivo es unitario, el presidente es electo periódicamente por el pueblo, existen equilibrios y contrapesos, el presidente posee la facultad de veto, no existen matices parlamentarios.	Brasil Chile Honduras México
Presidencialismo predominante	El diseño constitucional hace del presidente de la República el eje y la columna del sistema político y, por tanto, existe un desequilibrio en el sistema de controles en su beneficio. Existe fortalecimiento del presidente y detrimento del Congreso.	República Dominicana

Continuación tabla 1.2: Tipología de los sistemas presidencialistas en América Latina

Tipo de presidencialismo	Principales características	Países
Presidencialismo atemperado	El Legislativo tiene las atribuciones más importantes, el presidente no goza de la facultad de veto, las competencias legislativas del congreso están aumentadas.	_____
Presidencialismo con matices parlamentarios	Los controles del poder son aquellos propios del sistema presidencial, pero admite algunos aspectos que se inspiran en el parlamentario. Por ejemplo, el congreso puede censurar a un ministro pero es indispensable que la votación sea por mayoría calificada. Esto se hace con el fin de alcanzar un adecuado sistema de contrapesos.	Costa Rica El Salvador Nicaragua Panamá Paraguay
Presidencialismo parlamentarizado	El presidente tiene un periodo fijo, es elegido por medio del voto y nombra con libertad a los ministros, pero se introducen controles propios del sistema parlamentario que pueden llegar a alterar el sistema presidencial. Por ejemplo, el gabinete y los ministros individualmente son responsables tanto ante el presidente como ante el congreso.	Argentina Bolivia Colombia Ecuador Guatemala Perú Uruguay Venezuela

Fuente: Elaboración propia con base en [Carpizo and Madrazo, 2014] y [Orozco and Zovatto, 2008].

En consecuencia, el presidencialismo y el parlamentarismo no son parte de un recetario que se siga al pie de la letra, pueden existir múltiples variaciones dependiendo del país que se esté analizando.

En América Latina han existido países con sistemas parlamentarios, por ejemplo, el caso de Chile entre 1891 y 1925 (aunque de parlamentario sólo tenía el nombre). Nohlen asegura que: “Hasta el presente no ha sido posible en América Latina organizar un sistema parlamentario exitoso en términos de estabilidad política, lo que, a fin de cuentas, no se le puede negar al presidencialismo” [Nohlen, 1991, p. 46].

Es cierto que el presidencialismo ha logrado la estabilidad política en la región latinoamericana, pero existen ocasiones donde se anularon los contrapesos y se le dio facultades metaconstitucionales al presidente en pro de la estabilidad. Tal es el caso de México durante el siglo XX.

En breve, el presidencialismo es un sistema de gobierno que se implementó por vez primera en Estados Unidos. A mi parecer, existen tres características primordiales: 1) el presidente es jefe de estado y jefe de gobierno; 2) el presidente es electo periódicamente por el pueblo; y 3) ni el presidente ni los miembros del gabinete pueden ser miembros del congreso. Además, el presidencialismo puede manifestarse de modo puro, predominante, atemperado, con matices parlamentarios y parlamentarizado.

1.3 Comunicación Política

La comunicación y la política han estado íntimamente relacionadas porque “como toda actividad social, la política no es concebible sin comunicación” [Vallès, 2007, p. 299]. Esta relación se remonta a los inicios del proceso de organización social del ser humano, es decir, cuando comienza la vida en grupo y se presentan las primeras relaciones de poder político.

Recurriendo a la historia podemos observar la cercanía entre política y comunicación con el ejemplo de Aristóteles o el de Julio César. El primero exponía su retórica en las plazas públicas generando debate y, por lo tanto, conocimiento. El segundo, durante las Guerras Civiles, demostró ser un experto en propaganda política: “a través de distintos recursos estilísticos logró un modelo de propaganda, y por ende de comunicación, que consistía en la fórmula de que la mentira más eficaz es aquella que contiene mayores dosis de verdad” [Berrocal et al., 2003, p. 26]

Así pues, la comunicación ha sido un eje medular de la política, mas no fue hasta mediados del siglo pasado cuando se comenzó a gestar un área interdisciplinaria de estudio (sociólogos, comunicólogos y politólogos) que analizaría la forma de propagación del mensaje político en las sociedades de masas, es decir, el estudio de la comunicación política.

Como primer acercamiento, Berrocal describe que la comunicación política “está centrada en narrar, estudiar y analizar cómo la política es comunicada y presentada por los políticos y los medios de comunicación a los ciudadanos” [Berrocal et al., 2003, p. 21].

Los estudios en torno a esta nueva área comienzan en Estados Unidos en la década de 1930, en aquellos años se analizaba la influencia de los sondeos (realizados por periódicos) y de la información de la radio en el comportamiento electoral.

Posteriormente, en 1960 se realizó el primer debate televisado entre los candidatos a la presidencia estadounidense; Nixon y Kennedy. Dicho suceso vino a revolucionar los estudios y los procesos de la comunicación política ya que, en las semanas anteriores al debate, la opinión pública parecía inclinarse por el entonces vicepresidente Nixon, sin embargo, después del encuentro el claro favorito fue su contrincante.

Este giro en la opinión pública se debió a que Nixon había tenido un accidente dos semanas antes del debate que lo obligaron a estar en reposo. Por lo tanto, llegó al estudio televisivo demacrado, desalineado y no permitió que lo maquillaran. Por el otro lado, Kennedy había hecho campaña en California, tenía un tono de piel vivaz y, además, fue perfectamente alistado antes de salir al aire.

Las personas que sintonizaron el debate a través de la televisión opinaron que el claro vencedor era Kennedy, en cambio, las personas que sintonizaron el debate por la radio sostenían que el vencedor era Nixon.

Trejo escribe que: “Richard Nixon fue derrotado y no precisamente por los argumentos sino, antes que ellos, por las apariencias. El look nervioso y sombrío de quien mucho más tarde sería víctima de su propio Watergate, definió los votos en favor del demócrata” [Trejo, 2001, p. 71].

La experiencia del debate televisado demostró el alto impacto que tiene la televisión en la opinión pública, ya que el candidato que salió victorioso fue Kennedy. Después de este hecho se dio un giro en la forma de hacer campañas políticas y de intentar influenciar a la opinión pública.

Así, comenzaron a salir una cantidad considerable de estudios sobre la situación, enfatizando la revolucionaria forma de comunicar. La experiencia de Estados Unidos fue de suma importancia para los posteriores estudios en comunicación política de los europeos.

Ahora bien, Jean-Marie Cotteret define a la comunicación política como un “intercambio de información entre los gobernantes y los gobernados, a través de canales de transmisión estructurados e informales (...) la comunicación es política en función de consecuencias directas o indirectas, mediatas o inmediatas que puede tener para el sistema político” [Cotteret and Aizcorbe, 1977, p. 1 y 3].

En este sentido, el mensaje político puede ser enviado desde los gobernantes o desde los gobernados, puede ser el Informe de Gobierno del presidente (canal estructurado) o un tweet del gobernador desde su cuenta personal (canal informal), puede ser un mitin en una plaza (comunicación directa) o un spot por la radio (comunicación indirecta). Lo que es fundamental es que repercute, de alguna manera y en algún momento, en el sistema político.

Vallès (2007) menciona que la comunicación se presenta en todas las fases del proceso político:

- En la expresión de demandas,
- En la definición de la cuestión que es objeto de conflicto,
- En la elaboración y negociación de propuestas de intervención,
- En la movilización de apoyos para cada una de dichas propuestas, y
- En la adopción y aplicación de una de ellas [Vallès, 2007, p. 299].

La comunicación política es vital para el buen funcionamiento de la democracia liberal. Nos hemos alejado de una comunicación política vertical de arriba hacia abajo que sucedía, por ejemplo, en los regímenes absolutistas (del rey a los súbditos), para dar cabida a una comunicación vertical y horizontal de ida y vuelta, es decir, con canales que permiten expresar el pluralismo de sus ciudadanos.

Si el sistema político no garantiza que la comunicación política tendrá canales para su expresión y retroalimentación, podríamos estar frente a un régimen autoritario donde la ciudadanía es nombrada así por el simple hecho de nombrarla. En otras palabras, para que exista la ciudadanía se debe asegurar su participación en la toma de decisiones públicas a través de los canales de la comunicación política.

Para darle mayor claridad a lo anterior retomemos a Vallès, él define a la comunicación política como: “El intercambio de mensajes de todo tipo que acompaña necesariamente a la toma de decisiones vinculantes sobre conflictos de interés colectivo” [Vallès, 2007, p. 299].

Así pues, para que la comunicación política sea efectiva el ciudadano debe de participar incesantemente en la toma de decisiones vinculantes. En las democracias representativas, uno de los canales de comunicación política por excelencia son las elecciones.

El ciudadano con su voto puede dar el mensaje de estar a favor o en contra del gobierno, puede castigar al político o beneficiarlo, puede decidir si el presidente tendrá un gobierno dividido o unificado. Por tanto, la expresión indiscutible de la opinión pública emana de la voluntad electoral, mas no es la única.

Es importante insistir en que la comunicación política no es un hecho aislado, por ejemplo, para llegar a las urnas con la decisión de por quién votaremos, existe detrás una serie de procesos comunicativos que nos permitieron dar respuesta a dicha pregunta. Por tales motivos, al referirnos a la comunicación política debemos de pensar que es un proceso donde influye el entorno y la cultura política.

Asimismo, los movimientos sociales son un claro ejemplo de comunicación política y creadores de cultura política. Los movimientos pueden influir en las votaciones, en la toma de decisiones de los legisladores, en la destitución de funcionarios públicos, en las reformas a la constitución, etc.

Por lo que se ha mencionado, es importante enfatizar que el proceso ideal de comunicación política consta de los siguientes elementos: emisor, receptor, mensaje y los canales de transmisión y de retroalimentación. A continuación, se detalla cada uno.

El emisor del mensaje, como se advierte líneas arriba, pueden ser los gobernantes, los gobernados, organizaciones no gubernamentales, un grupo de vecinos, movimientos sociales, organizaciones internacionales, el líder de un sindicato, el presidente de un partido político, etc.

El receptor es aquel al que va dirigido el mensaje. Sin embargo, por los medios de comunicación masiva, el mensaje puede ser interceptado e interpretado por otros actores a los cuales no iba dirigido. Por ejemplo, cuando un candidato a la presidencia dirige un mensaje a los militantes de su partido y el mensaje es interceptado por sus adversarios y usado para fines distintos a los previstos.

El mensaje político consta de información en sentido amplio: estadísticas, argumentos, sentimientos, ideologías. Lo realmente importante aquí es cómo el emisor expresa el mensaje y la cultura política del receptor para comprender el mismo.

Por ejemplo, si el líder de un movimiento estudiantil es poco carismático, el movimiento tendrá mayores probabilidades de fracasar porque es necesario un emisor enérgico para provocar e incentivar a los jóvenes. Por el otro lado, si el líder es carismático y atrae a las masas, el mensaje tendrá un mayor impacto en los receptores, teniendo altas probabilidades de movilizarlos.

El mensaje puede ser por medio de palabras, gestos o símbolos. El primero puede ser un discurso, como el expuesto por Martin Luther King. El segundo puede ser el gesto de amor y paz utilizado por el movimiento contracultural hippie en la década de los sesenta en Estados Unidos. Por último, hablando de símbolos, podemos pensar en la bandera de un país, la interpretación de un himno, las imágenes de la guerra, la esvástica, etc.

Entre los canales de transmisión y de retroalimentación el más sencillo es el contacto personal, sin embargo, los más utilizados actualmente son los medios masivos de comunicación, es decir, el periódico, la radio, la televisión y el internet. Los medios masivos han acaparado los canales para la realización de la comunicación política ya que son el canal con mayor velocidad y rango de propagación.

Por ejemplo, imaginemos que el presidente quiere informar al pueblo que el subsidio a la tortilla será eliminado con la llegada del nuevo mes, así que recurre a los medios masivos de comunicación para difundir su mensaje. La población al recibir este mensaje e interpretarlo reacciona a la noticia. En este caso la noticia no es favorable, así que pueden surgir grupos organizados demandando que esta medida se anule. Los medios cubren estas movilizaciones y llega la retroalimentación al gobierno (el emisor pasa a ser receptor y viceversa).

Vallès propone dos maneras distintas para entender el proceso de comunicación: el modelo telégrafo y el modelo orquesta. En el primero, “la comunicación se concibe como una relación lineal: los emisores elaboran y emiten el mensaje, que es recibido y descifrado por el receptor. Aunque se dan interferencias (...) la comunicación es aquí contemplada como un ejercicio bilateral” [Vallès, 2007, p. 303].

En el segundo, se “presenta una relación más compleja, en la que intervienen multitud de actores. Estos actores emiten mensajes simultáneos, accesibles en tiempo real y reinterpretados por los receptores, que pueden reaccionar sobre la marcha e intervenir de nuevo” [Vallès, 2007, p. 303].

Este segundo modelo deja en claro que la comunicación es un ejercicio ininterrumpido, incesante, de ida y vuelta entre emisores y receptores, con ritmos e intensidades distintos y variables.

Por otra parte, es importante destacar que, como menciona Mora, “el discurso político moderno se encuentra vacío de contenido, la asociación de palabras es importante por los resultados que produce y no por los conceptos a los cuales remite, el concepto es absorbido por la palabra” [Mora, 2011, p. 143].

Aunado a lo anterior, Trejo escribe:

La televisión ha contribuido a que las campañas electorales sean más de imágenes que de programas políticos y más de rostros que de ideas (...) Los partidos políticos mismos y sus dirigentes padecen hoy, en todo el mundo, una crisis de referencias ideológicas que se refleja en la confusión de proyectos y la difuminación de los parámetros políticos tradicionales [Trejo, 2001, p. 59].

En la actualidad, es más redituable un discurso con frases repetitivas que se graben en el subconsciente de las personas que un discurso explicando los conceptos que definen a la ideología del político o del partido.

En suma, la comunicación política es el intercambio de información entre gobernantes y gobernados que tiene un efecto mediato o inmediato en el sistema político. Existen distintos canales para este proceso, pueden ser canales formales o informales, directos o indirectos. En las democracias estos canales deben de ser asegurados por las autoridades para que exista la retroalimentación. “El deber ser de la comunicación política no es la búsqueda de consensos, sino la posibilidad de generar espacios para la deliberación, la creación y consolidación de cultura política” [Botero, 2006, p. 12]

1.4 Poderes Fácticos

Por lo dicho, puede asegurarse que “no hay política de masas (es decir, política moderna) sin medios de comunicación” [Trejo, 2001, p. 55]. En consecuencia, es necesario preguntarnos a quién beneficia las prácticas de comunicación a través de los medios masivos de comunicación: ¿beneficia a los dueños de los medios de comunicación, a los políticos, a la ciudadanía?

Para contestar a esta pregunta debemos entender qué son los poderes fácticos. Pero antes de definirlos resulta menester recuperar que, como escribe Valdés, en el esquema propuesto por David Easton:

Los medios de comunicación forman parte solamente del ambiente total que rodea al sistema político (...) cada sistema político en el mundo está rodeado por un ambiente total compuesto por las dimensiones intrasocietal (dentro de la propia sociedad) y extrasocietal (en el ámbito internacional) que lo influyen, pero que a su vez son influidas por él [Valdés, 2010, p. 521].

Dicho lo cual, los medios de comunicación no forman parte del sistema político, pero pueden llegar a influenciarlo. Cuando los medios de comunicación adoptan esta actitud, por la cual buscan cumplir intereses particulares influenciando a las autoridades gubernamentales, se les denomina poderes fácticos.

En palabras de Castells, el poder es “la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder” [Castells, 2009, p. 33]. Además, “Fáctico viene de factum, hecho. Si lo unimos a la palabra poder, su significado apunta hacia la supremacía fundada en actos, en fuerza, en dominio...” [Fernández, 2009, p. 224].

Los poderes fácticos “exceden los límites del Estado, su influencia la ejercen precisamente para desplegar sus intereses más allá del interés legítimo que representan o debieran representar las instituciones políticas, se manifiestan por cauces a menudo informales e incluso extralegales” [Trejo, 2013, p. 224].

Vallès escribe que: “Estos grupos se proponen participar en la elaboración de las decisiones políticas relacionadas con los intereses del sector, pero sin asumir responsabilidades institucionales: actúan sobre las instituciones, pero sin ejercer directamente el poder que éstas administran” [Vallès, 2007, p. 346].

Pretenden modelar decisiones empleando presión con acciones que pueden estar dentro o fuera del marco legal. “Los poderes fácticos eluden o soslayan las normas, son más propensos a la coacción que al consenso” [Trejo, 2013, p. 226].

De lo mencionado, llama la atención que los poderes fácticos pueden llegar a influir en decisiones políticas sin asumir ningún tipo de responsabilidad. “La clave de su ejercicio es su capacidad de control de recursos externos a la política. Ejemplos de poderes fácticos son la Iglesia, el narcotráfico, los empresarios, y los medios, particularmente en la actualidad, la televisión” [Sánchez, 2009, p. 196-197].

Un ejemplo de los medios de comunicación ejerciendo un papel fáctico es cuando contribuyen a moldear las preferencias políticas del pueblo, ya sea fomentando la aprobación o desaprobación de algún candidato, de alguna política pública o de algún programa social. Sartori escribe que: “Actualmente, el pueblo soberano «opina» sobre todo en función de cómo la televisión le induce a opinar” [Sartori, 2015, p.72].

Lo anterior no se debe mal interpretar al grado de suponer que influir en los ciudadanos es un proceso sencillo, porque, como mencionábamos líneas arriba, la comunicación política es un ejercicio ininterrumpido e incesante, de tal forma que la complejidad es alta. Lo que sostengo es que por el poder que ostentan las televisoras pueden perturbar nuestra opinión sobre la política.

En los últimos años se ha discutido cómo regular a los poderes fácticos, sin embargo, en el caso de los medios de comunicación, “bajo la premisa de que en materia de comunicación la mejor ley es la que no existe, los medios hegemónicos sostienen que la autorregulación es el mecanismo idóneo para preservar la libertad de expresión” [González, 2019].

Sin embargo, ¿quiénes son los medios? Castells escribe que: “En las sociedades democráticas, los medios mayoritarios son, esencialmente, grupos empresariales cada vez más concentrados e interconectados a escala global, aunque, al mismo tiempo, están muy diversificados y se orientan hacia mercados segmentados” [Castells, 1999, p. 346].

Así pues, los dueños de las empresas del entretenimiento e información sostienen que, para mantener una sana democracia, los medios de comunicación deben ser libres e independientes. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que los “medios concentrados en manos privadas pueden dar ventajas a sus propios intereses, y del mismo modo, podrán atacar a aquellos actores que se les opongan o darles una cobertura menor” [Dargent, 2010, p. 5].

Edelman escribe que: “Las noticias reconstruyen los mundos, las historias y las escatologías sociales, evocando bases para la preocupación y la esperanza, y supuestos sobre lo que debe advertirse o ignorarse, sobre quiénes son respetables o heroicos y quiénes no lo son” [Edelman and Piatigorsky, 1991, p. 37].

Las noticias son efímeras y, por lo tanto, son rápidamente reemplazadas por las de mayor actualidad. Los medios de comunicación están interesados en modelar el contenido y la forma de las noticias ya que estas pueden mostrar los problemas “primordiales” y, así, forjar los cursos de acción.

Hasta aquí se comprende que las televisoras, al ser empresas con efectos ideológicos y políticos, contribuyen a configurar la percepción que tiene la población sobre un político o un partido político, a cambio de que sus intereses particulares se cumplan. Por ejemplo, pueden exigir que se les otorguen las concesiones de las redes de telecomunicación, las futuras licitaciones o el presupuesto de publicidad estatal o federal, a cambio de legitimar un gobierno o un político.

Existen distintos debates acerca de la función política de los medios. Trejo [Trejo, 2001] explica cuatro discusiones que son concurrentes: 1) la concentración de muchos medios en pocas manos; 2) la reglamentación de su funcionamiento; 3) las normas éticas que los periodistas y sus empresas pueden establecer; y 4) los medios y las campañas políticas como aspecto ineludible de la relación entre medios y democracia.

La concentración de los medios en pocas manos responde al modelo económico de libre mercado que busca el máximo rendimiento para obtener mayores ganancias. Cuestionarnos acerca de esta situación es fundamental porque puede significar que los medios, al estar concentrados, respondan a los intereses de sus dueños y no a los intereses de la sociedad.

En la actualidad, ya no se debate si los medios deben o no ser regulados, más bien se discute cuál es el marco legal idóneo para normar sus actividades. “Las leyes, lo que suelen hacer es regular las libertades y los derechos en un mundo de desiguales, para que los más poderosos no aprovechen sus capacidades en demérito del interés de los que menos tienen” [Trejo, 2001, p. 57].

Las empresas de la información y el entretenimiento, al igual que sus trabajadores, deben de comprender la responsabilidad que mantienen al informar de asuntos políticos a la ciudadanía. El manejo ético y profesional de la información es imprescindible para no crear mayores tensiones dentro del sistema político.

No obstante, las empresas informativas conocen el gran negocio que representa su intromisión en asuntos políticos, por ejemplo, en los procesos electorales. Desde el primer debate presidencial televisado en Estados Unidos (desarrollado en el subapartado de comunicación política), los medios, los políticos, los académicos y la población en general, fueron testigos de la magnitud de la fuerza de las televisoras.

Los distintos gobiernos alrededor del mundo han reglamentado la participación de los medios en los procesos electorales, sin embargo, en el caso de América Latina, ha sido una discusión sin soluciones satisfactorias ya que, por la falta de institucionalidad, la violación de la reglamentación queda impune.

En resumen, los medios de comunicación masivos se han establecido como el principal canal de transmisión del mensaje político. Situación que han aprovechado los dueños de los distintos medios para manifestarse como poderes fácticos. Bajo esta postura, pueden llegar a determinar decisiones de los gobernantes y de los gobernados.

Desde finales del siglo XX el “marketing político, los foros televisivos y las encuestas, llegan a reemplazar a la persuasión cara a cara, a la discusión en las plazas públicas y a la expresión directa de los ciudadanos, como mecanismos para fabricar los consensos” [Trejo, 2001, p. 53].

En consecuencia, respondiendo a la pregunta del principio de este subapartado, los dueños de los medios de comunicación son los mayores beneficiarios de ser el canal principal de transmisión entre gobernantes y gobernados, provocando deterioro de la democracia.

1.5 ¿Deterioro de la democracia?

Por lo anterior, surge la duda de cuáles son las consecuencias de que el mensaje, la información y la educación política se concentren en los medios de comunicación, en específico en el caso de las televisoras.

Popper advierte que: “Una democracia no puede existir si no pone bajo control la televisión o, más precisamente, no podrá existir por mucho tiempo cuando el poder de la televisión se descubra plenamente” [Popper, 1996].

Antes de adentrarnos en este tema, es necesario tener en claro qué es la democracia y qué es la democracia representativa. Se advierte que por las necesidades de este subapartado no nos adentraremos en las profundidades de la teoría de la democracia, simplemente realizaremos el planteamiento de las nociones principales para, más adelante, comprender cómo la televisión perturba los procesos democráticos.

Debido a las distintas acepciones que presenta el concepto de democracia su definición se complejiza. “Democracia quiere decir, literalmente, «poder del pueblo», soberanía y mando del *demos*” [Sartori, 2015, p.131]. Esta definición tan solo resuelve un problema etimológico, mas no define al concepto.

Sartori escribe que la teoría democrática se fundamenta en dos tipos de definiciones: prescriptivas y descriptivas. Las definiciones prescriptivas son aquellas que desarrollan las aspiraciones ideales de la democracia, es decir, el deber ser. Las definiciones descriptivas son aquellas que muestran la experiencia democrática en la práctica, es decir, lo que es. Ambas son igual de necesarias ya que “Sin la verificación, la prescripción es «irreal»: pero sin el ideal una democracia «no es tal»” [Sartori, 1993, p. 4].

La primera noción del término se desarrolla en la Grecia clásica (s. IV a. C.). En la *polis* griega “la democracia significaba el ejercicio del gobierno de la ciudad por parte de los ciudadanos (hombres) formados en asuntos políticos, miembros de la polis y propietarios de esclavos” [Querales, 2013, p. 30].

En los siglos posteriores, en el mundo occidental, existieron distintas formas de gobierno que distaron de los principios democráticos. El resurgimiento de estas ideas apareció cuando Europa logró vencer a la figura del soberano.

Así, con el triunfo de las revoluciones de finales del siglo XVIII nace el Estado liberal, en el cual “la relación política principal no se establece ya entre un soberano omnipotente y un súbdito sumiso. Ante el poder estatal aparece ahora la figura del ciudadano, como sujeto protegido, vigilante y dispuesto a intervenir en la vida política” [Vallès, 2007, p. 93].

Asimismo, se instaura la división de poderes para asegurarles a los ciudadanos un gobierno constitucional donde se respeten los derechos individuales. Sin embargo, en un inicio, solo eran ciudadanos los propietarios y únicamente ellos tenían el derecho a sufragar. De esta manera se desarrollaron las primeras experiencias de la república de gobierno representativo.

Para Bobbio la democracia es caracterizada por:

1. Un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen quién está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué procedimientos...;
2. ...Por lo que respecta a los sujetos llamados a tomar (o a colaborar en la toma de) decisiones colectivas, un régimen democrático se caracteriza por la atribución de este poder a un número muy elevado de miembros del grupo...;
3. ...es necesario que a quienes deciden les sean garantizados los llamados derechos de libertad de opinión, de expresión de la propia opinión, de reunión, de asociación, etc., los derechos con base en los cuales nació el Estado liberal [Bobbio, 1986, p.14-15].

Ahora bien, con el ascenso de los Estados-nacionales liberales vino el declive de la participación política directa y se sustituyó por la representación política. Lo anterior porque la democracia directa logra crear consensos al desarrollarse en comunidades pequeñas, por lo cual, al florecer comunidades con mayor extensión de territorio, de población y de ciudadanos, se complejiza la intervención de los individuos. Dicho lo cual, se desarrolla

una nueva estructura de participación bajo esta forma de gobierno.

La democracia representativa llega a sustituir a la democracia directa porque crea encargados temporales que velan por los intereses de ciertos grupos, logrando que los deseos del ciudadano se plasmen en las decisiones gubernamentales. Al ser cargos temporales “el pueblo puede enjuiciar constantemente, por medio del voto, a los gobernantes, quitando o refrendando su confianza y con ello incidiendo, aunque de manera indirecta, en la conducción de los asuntos públicos” [Fernández, 2016, p. 28].

En la actualidad, la democracia representativa cuenta con los siguientes principios básicos:

...el imperio de la ley, la separación de los poderes públicos (Ejecutivo, Legislativo y Judicial), el carácter electivo del gobierno, el sufragio universal sin discriminación social y de la elegibilidad como expresión del principio de igualdad política, la garantía de los derechos fundamentales (principalmente los civiles y políticos) y la noción de una soberanía representada en contraposición con la democracia directa [Querales, 2013, p. 31].

Pero ¿por qué los regímenes democráticos se han impuesto sobre cualquier alternativa no democrática? Con base en [Dahl, 1999], existen al menos diez ventajas que posee la democracia:

1. Ayuda a evitar el gobierno de autócratas;
2. Garantiza a sus ciudadanos una cantidad de derechos fundamentales que los gobiernos no democráticos no garantiza ni pueden garantizar;
3. Asegura a sus ciudadanos un mayor ámbito de libertad personal que cualquier alternativa factible a la misma;
4. Ayuda a las personas a proteger sus propios intereses fundamentales;
5. Puede proporcionar una oportunidad máxima para que las personas ejerciten la libertad de autodeterminarse;

6. Puede proporcionar una oportunidad máxima para ejercitar la responsabilidad moral;
7. Promueve el desarrollo humano más plenamente que cualquier alternativa factible;
8. Puede fomentar un grado relativamente alto de igualdad política;
9. Las democracias representativas modernas no se hacen la guerra entre sí;
10. Los países con gobiernos democráticos tienden a ser más prósperos que los países con gobiernos no democráticos.

De tal suerte que los sistemas democráticos se han caracterizado por buscar asegurar el derecho a la libre expresión, a esta búsqueda se le suma durante el siglo pasado la aparición de la vídeo-política.

Giovanni Sartori desarrolla el concepto de vídeo-política, el cual “hace referencia sólo a uno de los múltiples aspectos del poder del video: su incidencia en los procesos políticos, y con ello una radical transformación de cómo «ser políticos» y de cómo «gestionar la política»” [Sartori, 2015, p.72].

Como vimos en el subapartado anterior, bajo la perspectiva de la televisión como un poder fáctico, los dueños de los medios de comunicación son los mayores beneficiarios de ser el canal principal de la comunicación política. La televisión ha cambiado la manera en la que nos comunicamos porque provoca que nos guiemos en mayor medida por imágenes que por palabras.

Existen tres aspectos centrales por los cuales los medios de comunicación, y en específico las televisoras, deterioran los sistemas políticos democráticos: 1) por su incidencia en la opinión pública; 2) por su incidencia electoral; y 3) por su incidencia en el modo de gobernar.

La opinión pública es fundamental en las democracias representativas porque “guía” al gobierno. Pero ¿qué es la opinión pública? La opinión pública es la opinión generalizada, Sartori escribe que: “...una opinión se denomina pública no sólo porque es del público, sino

también porque implica la *res publica*, la cosa pública, es decir, argumentos de naturaleza pública: los intereses generales, el bien común, los problemas colectivos” [Sartori, 2015, p.75].

Ahora bien, la opinión generalizada de los ciudadanos se ve constantemente perturbada por las televisoras. Castells escribe que “En las sociedades contemporáneas, la gente recibe la información y forma su opinión política esencialmente a través de los medios, sobre todo de la televisión” [Castells, 1999, p. 345]. Este medio se proclama como la voz de la opinión pública, por lo cual, puede crear héroes o villanos.

Es importante mencionar que el concepto de ciudadanía va de la mano con el concepto de democracia. La fuerza de un sistema político democrático se puede observar en la medida en que asegure el pluralismo de opiniones de los ciudadanos, en otras palabras, que las opiniones de los ciudadanos sean consideradas en la toma de decisiones públicas.

Aquí, precisamente, es donde radica el problema, las decisiones públicas no pueden ser tomadas satisfactoriamente si la opinión pública está manipulada. Al respecto, Sartori escribe que: “...a la democracia representativa le basta, para funcionar, que exista una opinión pública que sea verdaderamente del público” [Sartori, 2015, p.78].

La segunda forma por la cual la democracia se ve deteriorada es por medio de la incidencia de las televisoras en las elecciones. Como se mencionó en el subapartado anterior, las televisoras pueden legitimar políticos y gobiernos, pueden coadyuvar a posicionar al candidato que se adecúe a sus intereses, pueden, inclusive, vencer al vencedor.

Las televisoras proponen personas y no discursos. Por lo cual, las elecciones se están personalizando: “los medios de comunicación crean la necesidad de que haya fuertes personalidades con lenguajes ambiguos (...) que permiten a cada grupo buscar en ello (...) lo que quiere encontrar” (Fabbrini, 1990: 177, citado por [Sartori, 2015]).

Así pues, la personalización de las elecciones provoca el desdibujamiento de las ideologías y la pérdida de los discursos con una fuerte carga conceptual, para abrir paso al marketing político que vende al candidato como un producto en aras de conseguir el

posicionamiento de marca.

Por lo dicho, las televisoras inciden en el modo de gobernar. Sartori asegura que "la televisión condiciona, o puede condicionar, fuertemente el gobierno, es decir las decisiones del gobierno: lo que un gobierno puede y no puede hacer, o decidir lo que va a hacer" [Sartori, 2015, p.73]. Con la opinión pública en sus manos y con el candidato de su preferencia gobernando, marcar el rumbo puede llegar a ser relativamente sencillo.

Castells menciona al respecto que:

...la política por su captura en el espacio de los medios (una tendencia característica de la era de la información) repercute no sólo en las elecciones, sino en la organización política, en la toma de decisiones y en el gobierno, modificando en definitiva la naturaleza de la relación existente entre el estado y la sociedad [Castells, 1999, p. 344].

En conclusión, las televisoras no informan poco, más bien informan mal. El deterioro progresivo de la información televisiva seguirá provocando el deterioro de la democracia ya que no se pueden esperar resultados democráticos sin procesos democráticos.

1.6 Conclusión

El proceso ideal de comunicación política consta de los siguientes elementos: emisor, receptor, mensaje y los canales de transmisión y de retroalimentación. Si el sistema político no garantiza que la comunicación política tendrá canales para su expresión y retroalimentación, podríamos estar frente a un régimen autoritario donde la ciudadanía es nombrada así por el simple hecho de nombrarla. Hay que recordar que para que haya ciudadanía debe de existir su participación incesante en la toma de decisiones públicas.

Las televisoras, al ser empresas con efectos ideológicos y políticos, pueden coadyuvar a configurar la percepción que tiene la población sobre un político o un partido político, a

cambio de que sus intereses particulares se cumplan. Esta situación la han aprovechado los dueños de los distintos medios de comunicación para manifestarse como poderes fácticos. Bajo esta postura, pueden llegar a determinar decisiones de los gobernantes y de los gobernados, esto nos obliga a preguntarnos: ¿y la democracia?

Existen tres aspectos centrales por los cuales los medios de comunicación, y en específico las televisoras, deterioran los sistemas políticos democráticos: 1) por su incidencia en la opinión pública; 2) por su incidencia electoral; y 3) por su incidencia en el modo de gobernar.

Las televisoras proponen personas y no discursos, por lo cual, las elecciones se están personalizando. En los sistemas presidenciales la personalización es máxima por la elección popular directa.

La personalización de las elecciones provoca el desdibujamiento de las ideologías y la pérdida de los discursos con una fuerte carga conceptual, para abrir paso al marketing político que vende al candidato como un producto en aras de conseguir el posicionamiento de marca.

Así, los medios de comunicación son el espacio principal en el que se desarrolla el proceso de comunicación política y, por lo tanto, del consenso político. Las democracias representativas se ven afectadas por la manipulación de la opinión pública por parte de los medios.

En la región latinoamericana el poder de las televisoras sobre los sistemas políticos es manifiesto, esto continuará si no combatimos la debilidad institucional y luchamos por enriquecer nuestra cultura política con valores realmente democráticos.

Capítulo 2

Peña Nieto y el Estado de México, movimiento #YoSoy132 y las elecciones presidenciales del 2012

2.1 Introducción

En este capítulo se desarrollan los hechos empíricos que anteceden al análisis de caso. Daremos un recorrido a través del sistema político mexicano partiendo del presidencialismo autoritario del siglo pasado y arribando en la elección presidencial del 2012.

El objetivo principal de este apartado es comprender ¿cómo es que Peña Nieto utilizó su gobierno frente a los mexiquenses para promocionar su imagen y obtener la Presidencia de la República en el año 2012?

Daremos respuesta a esta pregunta dividiendo el capítulo en cinco subapartados: en el primero, se observan los ejes principales del presidencialismo autoritario priísta y por qué es que entra en crisis; en el segundo, se analiza al Grupo Atlacomulco, el inicio de la relación entre Televisa y Peña Nieto y su gobierno al frente de los mexiquenses; en el tercero, se desarrolla al movimiento #YoSoy132, se explica qué es un movimiento social, se observa por qué estalló y cuáles eran sus principales demandas; en el cuarto, se reflexiona sobre las elecciones presidenciales del año 2012, se muestra cómo estaba conformado el

sistema de partidos y cómo las encuestas fueron utilizadas como propaganda electoral; por último, se ofrecen las conclusiones del capítulo.

2.2 Presidencialismo Autoritario en México

Con el fin de la Revolución Mexicana “el presidencialismo se impone mediante la lucha contra el caudillismo” [Córdova, 1972, p. 49]. Vencer al caudillismo provocó que el poder se institucionalizara.

Una vez establecida la nueva forma de ejercer el poder político, la élite naciente de la revolución crea tres ejes medulares para lograr alejarse del desorden y perpetuarse en el poder, estos son: 1) el presidencialismo de corte autoritario; 2) el partido oficial (PNR-PRM-PRI); y 3) el corporativismo, es decir, sindicatos creados por el partido oficial que utilizaban su voto como moneda de cambio ante bienes y servicios, asimismo, se practicaba el clientelismo.

Los tres soportes lograron posicionar al titular del Ejecutivo como la máxima y única autoridad del sistema político, por lo cual, el presidente no solo tomaba decisiones importantes, decidía cuasi todo.

Así pues, el Congreso se encontraba completamente anulado, el Poder Judicial estaba capturado por el Poder Ejecutivo, el titular del Ejecutivo designaba a su sucesor a la presidencia, no existía la figura del árbitro electoral, no existía la libertad de expresión, por mencionar algunos ejemplos. Aunque esto no afectaba a la legitimidad del régimen ya que su base era precisamente un Ejecutivo fuerte líder del partido hegemónico con el control de las centrales obreras.

Por otro lado, existían unos cuantos partidos de oposición, mas nunca lograron ser un contrapeso real ya que no se les aseguraban los espacios para manifestarse. Recordemos que la base para que se conserve una genuina y sana democracia es la existencia de la oposición, es decir, contrapesos.

Carpizo escribe que este predominio presidencial sucede por:

- Es el jefe del partido predominante, partido que está integrado por las grandes centrales obreras, campesinas y profesionales.
- El debilitamiento del poder legislativo.
- La integración de la suprema corte de justicia por elementos políticos que no se oponen a los asuntos en los cuales el presidente está interesado.
- La institucionalización del ejército, cuyos jefes dependen de él.
- La fuerte influencia en la opinión pública a través de los controles y facultades que tiene respecto a los medios masivos de comunicación [Carpizo, 1986, p. 25].

A propósito de lo anterior, Córdova argumenta que el secreto del sistema político mexicano del siglo pasado se encuentra:

En primer lugar, este sistema aparece como alianza institucionalizada de grupos sociales organizados como poderes de hecho; en segundo lugar, el presidente ha sido promovido constitucionalmente con poderes extraordinarios permanentes; en tercer lugar, el presidente aparece como el árbitro supremo a cuya representatividad todos los grupos someten sus diferencias y por cuyo conducto legitiman sus intereses; en cuarto lugar, se mantiene y se estimula en las masas el culto, no sólo a la personalidad del presidente, sino al poder presidencial; en quinto lugar, se utilizan formas tradicionales de relación personal, el compadrazgo y el servilismo [Córdova, 1972, p. 57].

Por lo dicho, la Constitución era claramente rebasada por los poderes metaconstitucionales del presidente y aunque en el papel se proclamara una auténtica democracia en la praxis no existía.

Es inevitable preguntarnos, ¿cómo es que entra en crisis el presidencialismo autoritario? Erradicar la hegemonía priísta del sistema político fue una tarea de muchos años, no se puede recordar tan solo por una reforma o un acontecimiento. A continuación, enlistaré algunos sucesos determinantes para emprender y culminar el camino a la alternancia:

- En 1962 la reforma que creó la figura de los “diputados de partido”.
- En 1973 el umbral para obtener diputados de partido bajó a 1,5
- En 1977 la Cámara de Diputados se amplió a 400 legisladores, la reforma expandió el área de competencia de los partidos opositores en el ámbito federal y local.
- En 1986 la llamada reforma de “renovación política nacional”, la cual elaboró un nuevo Código Federal Electoral.
- En 1988 los partidos políticos de oposición llegaron más fuertes que nunca a una contienda electoral. Por primera vez el PRI obtuvo solamente el 50
- En 1988 la caída del sistema que permitió la llegada de Salinas de Gortari a la presidencia.
- En 1989 la fractura interna priísta que dio pie a la creación del PRD.
- En 1989-1990 la reforma por la cual se crea el IFE, aunque el consejo general de dicho instituto era presidido por el Secretario de Gobernación.
- En 1994 el estallido del Ejército Zapatista de Liberación Nacional el 1° de enero.
- En 1994 el asesinato del candidato a la presidencia Luis Donaldo Colosio.
- En 1994 ocurrió el “error de diciembre” que hundió a México en una de las peores crisis económicas de su historia.
- En 1996 se retiró la Secretaría de Gobernación del IFE, brindándole autonomía.

Asimismo, comenzaron a existir batallas internas entre los priístas de edad avanzada que llevaban años dentro del partido y los jóvenes tecnócratas que venían de escuelas privilegiadas estadounidenses. Estos jóvenes buscaban dar un giro en la economía del país e instaurar el modelo neoliberal, dejando atrás al Estado de Bienestar. Al llegar los tecnócratas al poder, y modificar el modelo económico, dejaron de otorgar los mismos beneficios a su principal base clientelar; los sindicatos. Lo cual provocó protestas y pérdida de votos.

Para finales de la década de los ochenta, la legitimidad del partido, del presidente y de las instituciones eran cuasi inexistente, así, los ciudadanos comenzaron a presionar al sistema para que asegurara, por lo menos, elecciones justas.

Las reformas electorales enlistadas, junto con los sucesos políticos mencionados, transformaron al sistema electoral mexicano, permitiendo que comenzara a modificarse el sistema de partido hegemónico (descrito por Sartori) por un sistema competitivo multipartidista, logrando que los puestos de gobierno fueran democráticamente disputados.

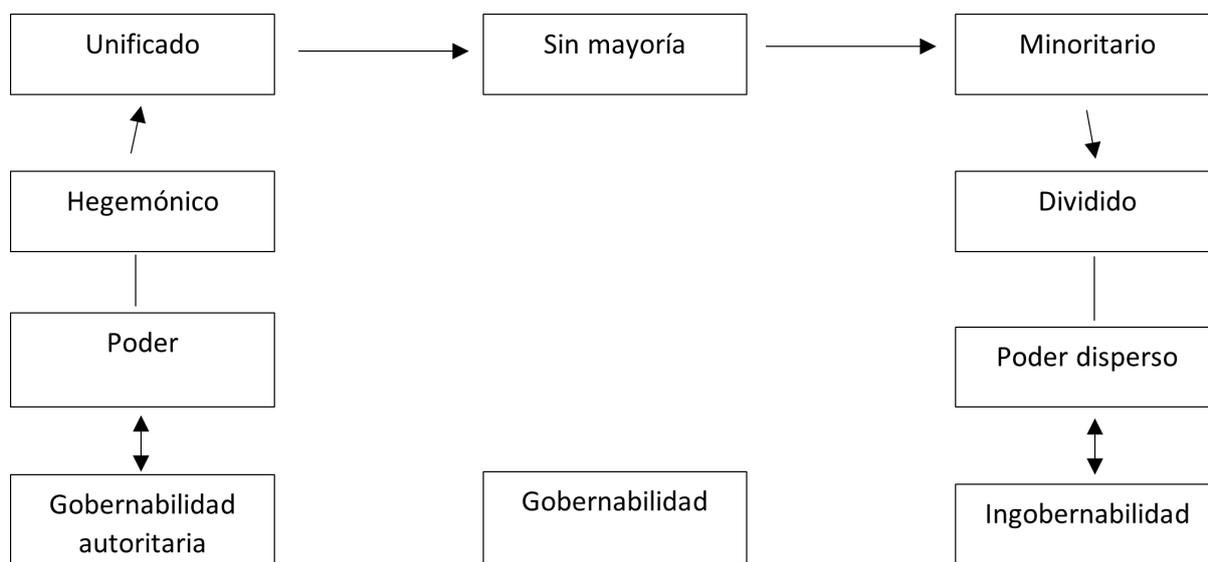
Así, en las elecciones presidenciales del año 2000 sucedió algo sin precedentes, ganó un partido de oposición la presidencia de la República. La llegada de Vicente Fox a Los Pinos significó un paso agigantado hacia la consolidación de la democratización del país. Crespo escribe al respecto que:

La hegemonía priísta terminó (no así el PRI, que se ha adaptado a su nueva condición de partido opositor) y el presidencialismo resultante, por diversas razones institucionales, quedó no sólo acotado (lo cual es propio de un régimen democrático) sino incluso debilitado (lo que no es condición de la democracia, que exige gobernabilidad) [Crespo, 2005, p. 148].

[Merino, 2003] menciona que el cambio de máximo mandatario se dio de forma legítima, no fue una situación violenta o pactada, ya que el PRI había cedido mucho terreno político a lo largo de la segunda mitad del siglo pasado.

El siguiente diagrama nos facilitará comprender cómo es que cambió la distribución del poder con el arribo de la alternancia.

Figura 2.1: Tipos de gobierno y distribución de poder



Fuente: [Crespo, 2005, p.156].

Durante gran parte del siglo pasado nos encontramos en el lado izquierdo del diagrama, existía un poder hegemónico con altísimos niveles de gobernabilidad. Por el otro lado, al llegar Vicente Fox al poder no tenía la mayoría absoluta ni relativa en ninguna de las dos cámaras. Lo que provocó que se pasara al lado derecho del diagrama con un poder dividido donde, como dijo Vicente Fox, “el Ejecutivo propone, y el Congreso dispone”.

La transición no cumplió con las expectativas que se tenían, el gobierno de Vicente Fox fue semejante a los anteriores, Crespo escribe que: “relegó sus promesas de campaña de llamar a cuentas a los corruptos, poniendo fin a la tradicional impunidad; incluso fue acusado de tolerar la corrupción de su esposa, Martha Sahagún, mediante la cual enriqueció a su propia familia” [Crespo, 2013, p. 12].

Denise Dresser menciona al respecto que: “Vicente Fox será recordado en gran medida por todo lo que pudo hacer y no hizo. Por todo lo que el país exigía y él ignoró” [Dresser, 2011, p. 119].

Posteriormente, la llegada a la presidencia de Felipe Calderón Hinojosa fue compleja ya que ganó las elecciones por una diferencia de 0,56% de votos. Esto provocó que no tuviera legitimidad de inicio, es decir, en las urnas. Por lo cual, precipitó su estrategia de seguridad y, con la finalidad de conseguir legitimidad por mandato lo antes posible, puso en marcha la llamada “Guerra contra el narco”:

Calderón decidió dar mayor relevancia al uso de la fuerza policiaca y militar como solución al problema, pero de manera improvisada, sin consultas a otros poderes, sin planeación, sin valorar las providencias institucionales o legales (como un protocolo para el cuidado de los derechos humanos por parte de los militares, que surgió tan tarde como 2011), políticas, diplomáticas, penitenciarias, etcétera [[Crespo, 2013](#), p. 13].

La estrategia utilizada no fue benéfica ni para su imagen, ni para el país. Prontamente estados como Guerrero, Chihuahua, Michoacán, Nuevo León y Tamaulipas, incrementaron sus niveles de inseguridad y algunos cárteles se fraccionaron, iniciando una guerra interna por el control de los territorios.

Así,

...tras doce años en el poder la ciudadanía bien podía concluir que la promesa democrática del PAN había sido esencialmente incumplida, y que ese partido desde el poder no había hecho diferencia significativa del PRI en su forma de gobernar (si bien el régimen sí había cambiado en varios sentidos, lo que dificultaba al partido en el poder, cualquiera que fuese, ejercer un control monopólico como lo había hecho el PRI durante su largo periodo hegemónico) [[Crespo, 2013](#), p. 12].

Por lo hasta aquí escrito, se puede decir que: “la historia institucional de México marca una gran oscilación entre gobiernos excesivamente débiles, (...) marcados por la ingobernabilidad, y otros excesivamente fuertes, que si bien pudieron brindar estabilidad y gobernabilidad, se caracterizaron por la concentración del poder” [[Crespo, 2005](#), p. 154].

En suma, lo que se logró con las reformas mencionadas y con la transición del año 2000 fue quitarle los tintes autoritarios al presidencialismo puro que impera en México. Por lo cual, se logró que se respetara la constitución y, así, se fortalecieron los contrapesos. El sistema político mexicano del siglo pasado demuestra que el presidencialismo sin contrapesos es un fracaso democrático.

2.3 Peña Nieto al frente de los mexiquenses: precampaña presidencial

Existe la leyenda en Atlacomulco de que en 1940 “doña Francisca Castro Montiel, vidente del pueblo, reunió a los notables del municipio para profetizarles con voz de arcano mayor: «Seis gobernadores saldrán de este pueblo. Y de este grupo compacto uno llegará a la Presidencia de la República»” [Cruz and Toribio, 2009, p. 12].

En los años anteriores a la gubernatura de Enrique Peña Nieto, habían gobernado al Estado de México cinco políticos procedentes de Atlacomulco: Isidro Fabela Alfaro, Alfredo del Mazo Vélez, Salvador Sánchez Colín, Alfredo del Mazo González y Arturo Montiel Rojas.

Este último es padrino, tío y principal tutor político de EPN: “Arturo Montiel siempre se preocupó por cuidar a su sobrino Enrique. Cuando en los noventa a Enrique lo rechazaron como dirigente juvenil en el PRI estatal, Montiel lo hizo su asistente (...) Enrique encajó en el gusto de Arturo” [Cruz and Toribio, 2009, p. 276].

Todos los gobernadores que hemos mencionado forman parte del Grupo Atlacomulco. El cual es “un grupo regional con mucho poder económico, con tentáculos por todas las entidades gobernadas por el PRI” [Villamil, 2012a, p. 14].

Hay quienes definen a este grupo como:

...una especie de monarquía no oficial que despliega su influencia en el Estado de México. Dado que no se trata de un grupo formalmente constituido, sino de una red política que actúa al margen del orden institucional burgués, se puede decir que los rasgos que lo identifican son la red familiar, el lugar geográfico y la combinación de negocios y política [Villarreal, 2015, p. 25].

Un rasgo característico de este grupo es su permanencia temporal. Existen posturas que argumentan que su origen fue en 1942, cuando el presidente Ávila Camacho le pidió a Isidro Fabela tomar la silla de gobernador para apaciguar los conflictos locales. Podemos atribuir su duración a la lealtad y a la disciplina que tiene la élite política mexiquense.

El mayor anhelo del grupo era llevar a un político de su municipio a la presidencia de la República. En el año 2005 estuvieron cerca de lograr posicionar a Arturo Montiel Rojas como candidato a la presidencia del PRI, sin embargo, durante su mandato (1999-2005) hubo muchos escándalos de corrupción y existía evidencia de que había malversado cientos de millones de dólares utilizando su cargo, se le adjudicó la propiedad de un castillo en Francia y de varias propiedades en Estados Unidos y México (en el año 2006, el gobierno de su sobrino absolvió las imputaciones en su contra). Por lo cual, tuvo que renunciar a sus pretensiones.

Peña Nieto sentía el derecho divino que la profecía de doña Francisca le otorgaba, desde los inicios de su campaña política para gobernador se mostraba seguro de que triunfaría. Con el impulso del grupo regional logró consolidarse como el sexto gobernador del Estado de México proveniente de Atlacomulco.

Por si fuera poco contar con el apoyo del grupo regional, el gobierno de EPN frente a los mexiquenses se vinculó a Grupo Televisa. Este tipo de acuerdos son recurrentes entre algunos gobernadores y los medios de comunicación para promover los logros de su administración y, por tanto, su imagen política.

Sin embargo, Peña Nieto: “Se dejó colonizar por Televisa, a través de asesores, consultores, mercadólogos, productores y actrices, gente de la farándula que le diera la dosis de popularidad necesaria para transformarlo en una figura reconocida en todo el país” [Villamil, 2012a, p. 14].

Así, el entonces recién electo gobernador del Estado de México, firmó con TV Promo y Radar Servicios Especializados (intermediarias de Televisa) en octubre del 2005. “El documento de asesoría para encumbrarlo hasta la Presidencia de la República estuvo acompañado de un primer presupuesto anual de 742 millones de pesos, de los cuales 691 millones serían para spots y para la “compra” de espacios en noticieros” [Villamil, 2012b].

Dresser sostiene que: “A veces parece que en México no gobiernan los representantes de la población sino los dueños de la televisión. Frente a una clase política cada vez más adicta a la popularidad hay medios cada vez más dispuestos a venderla” [Dresser, 2011, p. 178].

Con este par de grupos guiando el camino se buscaba asegurar que Peña Nieto lograra ser el primer presidente que procediera de Atlacomulco. Así, durante su gubernatura, Televisa comenzó a difundir constantemente su imagen:

En 2009, año de elecciones federales, un monitoreo difundido por el Senado de la República reportó que entre el 1° de septiembre y el 15 de diciembre de 2007, Peña Nieto acaparó en Televisa y TV Azteca hasta ocho notas diarias y sumó 700 (...) Entre agosto y diciembre de 2008, en el principal noticiero de Canal 2, a Peña Nieto se le destinaron un total de 23 horas y 21 segundos, de las cuales 43% fueron infomerciales con la imagen del gobernador mexiquense y 57% “notas informativas” relacionadas con su gobierno [Villamil, 2012a, p. 21-22].

De igual forma, uno de los sucesos con el cual explotaron la imagen de Enrique Peña Nieto desmesuradamente fue su noviazgo y posterior matrimonio con la actriz de telenovelas Angélica Rivera. Por tanto, no solo se proyectaba su imagen a través de spots o noticias, también aparecía en los programas relacionados al mundo de la farándula.

La exposición en los medios que tuvo el entonces gobernador era exorbitante, el uso de publicidad disfrazada de información sobre el acontecer del Estado de México se hizo presente. “Los políticos cada vez tienen menos relación con acontecimientos genuinos y cada vez se relacionan más con «acontecimientos mediáticos», es decir, acontecimientos seleccionados por la video-visibilidad y que después son agrandados o distorsionados por la cámara” [Sartori, 2015, p. 122].

Para Televisa el gobernador mexiquense significó uno de los negocios más rentables de su historia contemporánea, ya que “obtuvo más de 40% del presupuesto por concepto de publicidad estatal” [Villamil, 2012a, p. 14].

Por lo dicho, la imagen de Peña Nieto se construyó durante su gobierno frente a los mexiquenses. Denise Dresser afirma:

El copete acicalado. La sonrisa diamantina. La novia famosa. El gobierno dadivoso. La publicidad omnipresente. La pantalla alquilada. (...) son los ingredientes fundamentales de la estrategia que el PRI despliega y con la cual logra arrasar. Una ecuación cuidada, perfectamente planeada: cara bonita + dinero + televisoras + publicidad + PRI dinosáurico = triunfo electoral. (...) Una fórmula patentada por los artífices de la “experiencia probada”, en busca de algo que puedan vender como “nueva actitud”. El modelo bombón. El modelo golden boy. El modelo Peña Nieto [Dresser, 2011, p. 244].

Así pues: “Montado en una campaña mediática de costos multimillonarios, el gobernador del Estado de México ofrece una imagen moderna e impoluta, colocándose entre los principales aspirantes a la nominación presidencial del PRI” (Gil, 2008, citado por [Cruz and Toribio, 2009]).

En pocas palabras, los medios de comunicación son constructores de la realidad social y moldeadores de la opinión pública, toda esta intensa exposición mediática dio a conocer a Enrique Peña Nieto a lo largo del país. Por tal motivo, llegó a la contienda presidencial con amplias posibilidades de salir victorioso.

2.4 Movimiento #YoSoy132

Antes de explicar al movimiento #YoSoy132 es fundamental desarrollar y comprender dos conceptos: acción colectiva y movimiento social. Tavera define a la acción colectiva como “cualquier actividad orientada hacia un objetivo particular que no puede ser obtenido de manera individual y que, por lo tanto, requiere de la acción conjunta de dos o más individuos” [Tavera, 2000, p. 450].

Es importante enfatizar en que todo movimiento social es una forma de acción colectiva, pero no toda acción colectiva es un movimiento social. La acción colectiva puede adquirir muchas formas, puede ser una organización de vecinos, una asociación gremial, una sociedad de padres, etc.

Tavera [Tavera, 2000] menciona que la acción colectiva se convierte en la base de un movimiento social cuando: 1) es contenciosa; 2) está orientada al cambio o a resistir el cambio; 3) implica algún grado de actividad extrainstitucional; 4) presenta una mínima organización; y 5) tiene permanencia temporal.

El término movimiento social abarca movimientos “cuyos objetivos se encuentran en esferas tan distintas como la cultural, social, política, económica o personal, y cuya composición incluye a clases, sectores, grupos e identidades tan diversos, como obreros, campesinos, mujeres, estudiantes, vecinos y grupos étnicos” [Tavera, 2000, p. 450].

Con el paso de los años, han surgido una amplia cantidad de definiciones sobre el concepto que estamos analizando. En virtud de ello, la siguiente tabla recupera algunas de las definiciones de mayor trascendencia.

Tabla 2.1: Qué es un "movimiento social"

Autor	Año	Definición
Jenkins y Perrow	1977	Una respuesta al fracaso (real o supuesto) de los arreglos institucionales existentes para responder a las demandas y necesidades de grupos y categorías sociales excluidas de la estructura política.
McCarthy y Zald	1988	La continuación de la política por otros medios.
Benford	1988	Mensajeros y transmisores de creencias e ideas, así como productores de significado. Melucci 1989 Define a los movimientos sociales a partir de tres elementos: la solidaridad de la acción colectiva; la presencia de un conflicto, y la ruptura de los "límites de compatibilidad de un sistema".
Tilly	1995	Un reto público ininterrumpido, librado contra los que detentan el poder en nombre de una población desfavorecida que vive bajo la jurisdicción de aquellas personas que detentan el poder.
Touraine	1995	El término movimiento social implica tres principios: el principio de identidad, mediante el cual un actor se define a sí mismo; el principio de oposición o conflicto con un adversario social, y el principio de totalidad, según el cual se establece un campo común en el que se desarrolla el movimiento.
McAdam y Snow	1996	Una forma de acción colectiva no efímera, en la cual un grupo más o menos organizado recurre a acciones extrainstitucionales a fin de promover o impedir ciertos cambios.
Tarrow	1997	Desafíos colectivos planteados por personas que comparten objetivos comunes y solidaridad en una interacción mantenida con las élites, los oponentes y las autoridades.

Fuente: Elaboración propia con base en [Tarrow, 1997] y [Tavera, 2000].

Por lo dicho hasta aquí, y con base en las definiciones de la Tabla 2.1, se comprende que los movimientos sociales son una forma de acción colectiva con objetivos comunes que permiten que exista solidaridad frente a las tensiones generadas por la interacción con las autoridades, los oponentes y las élites.

Ahora bien, el día 11 de mayo del 2012, la campaña presidencial de Enrique Peña Nieto sufrió un accidente terrible en las instalaciones de la Universidad Iberoamericana. En el llamado “viernes negro”, el entonces candidato a la presidencia fue cuestionado y abucheado por estudiantes de la Iberoamericana, provocando que se escondiera en el baño y que, posteriormente, saliera por una puerta trasera de la universidad.

Los medios de comunicación minimizaron y tergiversaron los acontecimientos porque, como vimos en el subapartado anterior, “El PRI se había preparado desde varios años antes para esta campaña, impulsó una propuesta electoral con base en la construcción de una imagen mediática de quien sería su candidato” [Olivier and Tamayo, 2015, p. 135]. En esta campaña de deslegitimación de los hechos, emprendida por los medios de comunicación y el PRI, se argumentaba que los jóvenes que habían cuestionado y abucheado a Peña Nieto no eran universitarios matriculados de la Ibero, asimismo, sostenían que eran agitadores enviados por López Obrador (candidato del Partido de la Revolución Democrática).

Dicha situación provocó que 131 estudiantes decidieran grabar y subir un video a YouTube “donde se identificaban como estudiantes de la institución, rechazando la información que denostaba su calidad de alumnos pero, sobre todo, estaban generando una identidad como sujetos con capacidades reivindicatorias frente al proceso político en curso” [Escamilla and Martínez, 2014, p. 8].

El video logró que estudiantes de distintas universidades comenzaran a utilizar y viralizar el hashtag #YoSoy132 a través de la plataforma de Twitter. Así, el candidato priísta fue “criticado y ridiculizado en videos, caricaturas, memes y hashtags que realzaban su limitada preparación intelectual y su incapacidad para improvisar y articular un discurso político más allá de los guiones impuestos por sus asesores de imagen y las televisoras”

[Rivera, 2014, p. 60].

Del hashtag se pasó a las calles el día 18 de mayo del 2012, estudiantes de la Iberoamericana, del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), de la Universidad Anáhuac y del Instituto Tecnológicos de Estudios Superiores de México (TEC) se manifestaron frente a Televisa San Ángel. Aunque “las marchas no rebasaron los quinientos manifestantes, sí causaron un profundo impacto en la opinión pública por la presencia en las calles de un sector de la sociedad no acostumbrado a movilizarse y a expresar su descontento” [Rivera, 2014, p. 65]. De igual forma, a la brevedad, se comenzaron a involucrar en el movimiento estudiantes de universidades públicas como la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Instituto Politécnico Nacional (IPN).

De acuerdo con Escamilla, “los medios de comunicación virtual fue una de las mejores herramientas de comunicación con las que se apoyó el #YoSoy132. Su página de internet www.yosoy132media.org les permitió manejar la identidad del colectivo, así como los acuerdos y la agenda” [Escamilla and Martínez, 2014, p. 8]. Esto provocó que el movimiento se diera a conocer a nivel nacional e internacional.

Rivera escribe al respecto que:

...asambleas de #YoSoy132 entienden que la euforia y la “efervescencia colectiva”, como la llamó Émile Durkheim, tienen una duración breve y saben que los momentos de mayor intensidad de la protesta se desvanecen casi inmediatamente. Por eso mantienen una presencia constante en internet con el fin de prolongar la emoción, el sentido de la lucha y la resistencia desde la trinchera digital. El ciberactivismo ayuda a conservar el buen ánimo de los manifestantes sobre todo en ciclos definidos por el desencanto y la desmovilización, así las plataformas digitales ponen a prueba su potencial (re)energizante en momentos de crisis y desánimo [Rivera, 2014, p. 71].

Dicho lo cual, el #YoSoy132 aprovechó las ventajas tecnológicas que el tiempo le ofrecía. A través de Facebook y Twitter lograron impulsar un movimiento creado por estudiantes, “pero no fue esencialmente un movimiento estudiantil con demandas específicamente estudiantiles. Fue plural por la heterogeneidad de su base social, sus demandas, sus objetivos y sus alcances” [Olivier and Tamayo, 2015, p. 141].

Entre las principales demandas destacan: la democratización de los medios de comunicación, la creación de un tercer debate entre los candidatos presidenciales, el cambio del modelo educativo, científico y tecnológico, y el rechazo a la imposición mediática de Enrique Peña Nieto. Rivera escribe que: “Desde sus orígenes, #YoSoy132 acertó en diagnosticar que el poder político está sometido al poder mediático, especialmente cuando las dos principales televisoras del país determinan y condicionan –en gran medida– las decisiones y las percepciones de las audiencias” [Rivera, 2014, p. 61-62].

La búsqueda del movimiento para democratizar los medios de comunicación fracasó por “la poca claridad que había en las propuestas relacionadas con la forma en que se llegaría a dicha democratización, (...) algunos de ellos consideraron que el camino tenía que orientarse hacia la estatización de los medios de información y comunicación” [Escamilla and Martínez, 2014, p. 13].

Conforme fue avanzando el #YoSoy132 su configuración se complejizó “dada su diversidad institucional, de carácter público y privado, de clase, de sector social, de organización y de ideología. Se revelaban importantes contradicciones identitarias” [Olivier and Tamayo, 2015, p. 143].

Para finalizar, el mérito del movimiento radica en la velocidad en la que se configuraron como un movimiento utilizando las redes sociales, en su búsqueda por incentivar el voto, en sus aspiraciones por convertirse en un movimiento a nivel nacional, en su correcto diagnóstico de la imposición de Peña Nieto por parte de los medios de comunicación, en convertirse en un contrapeso informativo.

Sin embargo, este movimiento coyuntural, pacífico y reformista, no logró su cometido ya que “no impide la llegada de Peña Nieto a la presidencia, no consigue restarle poder a Televisa y TV Azteca y no termina por encontrar mecanismos para interpelar a las instituciones” [Rivera, 2014, p. 74].

2.5 Elección Presidencial 2012

Las elecciones son un medio indirecto de control que fortalece a los ciudadanos porque, a través de elecciones periódicas, los gobernantes son evaluados por la ciudadanía. En otras palabras, las elecciones son un mecanismo de rendición de cuentas por el cual se ratifica o se sustituye al representante.

Dicho lo cual, las elecciones le brindan legitimidad al representante y a su mandato, además, permite la sucesión del poder político de forma pacífica y ordenada. Como consecuencia, las elecciones son fundamentales para brindar estabilidad a los regímenes democráticos.

Crespo sostiene que las condiciones de las elecciones democráticas son:

- a) Las oportunidades formales de triunfo deben ser iguales para todos los contendientes, de modo que sean sus propios méritos políticos los que decidan el veredicto (...)
- b) El premio del juego sólo se podrá disfrutar por un tiempo determinado, pasado el cual se volverá a disputar en una nueva ronda (...)
- c) El triunfo en una ronda electoral otorga al ganador el derecho de ejercer el poder durante el periodo fijado, pero no brinda el de obtener ventajas formales en la siguiente ronda electoral (...)
- d) El ganador en cada ronda electoral no tendrá derecho a ocupar todos los puestos y niveles del poder (...) La oposición tendrá derecho a ocupar algunos otros puestos menores de poder (...)

- e) Existe también una sanción específica para el partido o candidato que, tras resultar perdedor en buena lid, intente desconocer el veredicto por cualquier medio y, en particular, por la fuerza [Crespo, 2019, p. 46-48].

Los partidos políticos son uno de los actores principales de las elecciones ya que, por la política de masas, se han consolidado como un instrumento de organización política y de comunicación entre instituciones, gobernantes y gobernados. Sartori nos brinda la siguiente definición mínima: “Un partido es cualquier grupo político que se presenta a elecciones y que puede colocar mediante elecciones a sus candidatos a cargos públicos” [Sartori, 2005, p. 101].

Por su parte, Valdés define a los partidos como “un organizador de la opinión pública y su función es expresarla ante los que tienen la responsabilidad de adoptar las decisiones que hacen posible la gobernabilidad” [Valdés, 2016, p. 37].

Vallès escribe al respecto que al hablar de partidos nos “referimos a asociaciones voluntarias, que proponen un programa de intervenciones globales y compiten electoralmente por el ejercicio del poder institucional. Para ello, se dotan de una organización estable, institucionalizada y relativamente difusa por el territorio donde actúan” [Vallès, 2007, p. 361].

Estos grupos políticos se ven cobijados por el sistema de partidos, el cual puede definirse como “el conjunto de interacciones derivadas de la competencia entre partidos, así como las relaciones y dinámica que se presentan entre ellos en un Estado determinado”. [Centro de Capacitación Judicial Electoral, 2005, p. 33].

Es importante mencionar que el concepto de “sistema de partidos” no se refiere al régimen legal que se aplica a los partidos políticos, ni tampoco a la organización interna que tienen. Se refiere al sistema de interacciones resultante de la competencia de partidos.

Los elementos principales que se observan en un sistema de partidos son:

- Competencia e interacción entre partidos.
- Número de partidos.
- Tamaño de los partidos.
- Distancia ideológica entre ellos.
- Su relación con la sociedad o con grupos sociales.
- Su actitud frente al sistema político (Nohlen, 2004: 41, citado por [Centro de Capacitación Judicial Electoral, 2005]).

El primer punto determina a los posteriores porque los sistemas de partidos se clasifican por la existencia o no de competencia electoral y por el número de partidos. Sartori [Sartori, 2005] ofrece la siguiente clasificación de sistemas de partidos: 1) de partido único; 2) de partido hegemónico; 3) de partido predominante; 4) bipartidista; 5) de pluralismo limitado; 6) de pluralismo extremo; y 7) de atomización.

Bajo este orden de ideas, podemos analizar qué sucedió en el proceso electoral 2012. Veremos cómo se configuró el sistema de partidos, cuáles fueron los candidatos a la presidencia, cómo se utilizaron las encuestas como propaganda y, finalmente, cuáles fueron los resultados.

Con la llegada de la alternancia en el año 2000, existía la creencia de que el PRI no lograría posicionarse de nueva cuenta al frente del Poder Ejecutivo. Los analistas se cuestionaban cómo se configuraría la cúpula priísta y su militancia ya que, en su larga historia, el partido había sido dirigido de forma vertical, es decir, desde los deseos del presidente de México. Por lo que se encontraban en una encrucijada que tenían que resolver de inmediato para evitar fracciones internas.

Para suerte de los priístas, como se desarrolló líneas arriba, el desempeño de los sexenios panistas no fue del agrado de la mayoría de la población. Fox era un magnífico comunicador y vendedor, pero un pésimo gobernante. Calderón insistió en una guerra que

estaba perdida desde el comienzo por su precipitada implementación. Asimismo, en ambos sexenios, se mantuvieron las prácticas de impunidad y corrupción que han caracterizado al sistema político mexicano. Esto permitía conjeturar que existiría una nueva alternancia en el Poder Ejecutivo.

A la Presidencia de la República en 2012 se presentaron cuatro candidatos. Primero, el Partido Acción Nacional (PAN) eligió como candidata a Josefina Vázquez Mota. Segundo, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) conformaron la coalición “Compromiso por México” y presentaron como candidato a Enrique Peña Nieto. Tercero, el Partido de la Revolución Democrática (PRD), el Partido del Trabajo (PT) y el Partido Movimiento Ciudadano (MC) crearon la coalición “Movimiento Progresista” y postularon a Andrés Manuel López Obrador. Por último, Gabriel Quadri representó al Partido Nueva Alianza (Panal).

El PAN eligió a Vázquez Mota por medio de elecciones internas donde se enfrentó a Santiago Creel y Ernesto Cordero (íntimo de Felipe Calderón). Existían rumores de que los panistas de mayor jerarquía presionaban para que los militantes votaran por Cordero, sin embargo, Josefina se impuso con más del 50% de los votos. Así, el albiazul se inclinaba por un liderazgo femenino.

Al ser candidata del partido gobernante se podría suponer que el presidente intentaría influir en el proceso de sucesión presidencial a favor de ella, sin embargo, como escribe Escamilla, el presidente “no ejerció esta vez prácticas que pusieran en riesgo la equidad, la credibilidad y la legitimidad de las elecciones, en esta ocasión fueron otros los actores señalados por la opinión pública (...) (Televisa y un grupo de encuestadores)” [Escamilla, 2014, p. 86].

Enrique Peña Nieto comenzó a crear su imagen para la presidencia a la par de su gobierno al frente de los mexiquenses (2005-2011). Además, “fue el único precandidato que se inscribió al proceso interno, de tal forma que desarrolló una precampaña muy peculiar, y sobre lo cual no estaba establecida una regulación precisa y eficaz” [Alarcón et al., 2012, p. 45].

Por el otro lado, en la contienda interna para candidato a la presidencia del Partido de la Revolución Democrática (PRD), se presentaron Andrés Manuel López Obrador, que ya había perdido las elecciones del 2006, y Marcelo Ebrard, que era el entonces Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

Aunque sondeos y encuestas sugerían que Marcelo Ebrard hubiera sido la opción más redituable para el PRD, porque hubiera logrado atraer el voto útil de los panistas que no deseaban el retorno del PRI, la decisión se tomó:

...a partir de algunas encuestas en lugar de una elección primaria (...) Pero uno de los partidos más cercanos a López Obrador había adelantado que él postularía exclusivamente a López Obrador (...) Ebrard entendió el mensaje y optó por hacerse a un lado, pues de continuar en la contienda seriamente sería acusado de ser el responsable de la fractura y la consecuente derrota [Crespo, 2013, p. 16].

Por su parte, Nueva Alianza tuvo que improvisar un candidato ya que el PRI decidió finalmente no ir con ellos. Así, se integró a la contienda Gabriel Quadri a poco tiempo de que venciera el plazo para el registro, no tenía ninguna posibilidad de ganar la elección, su verdadero reto era mantener el registro del partido.

Una situación importante en este proceso electoral fue el uso de encuestas como propaganda: “el vínculo entre las principales casas encuestadoras y los medios (la mayoría con convenios de publicidad con Enrique Peña Nieto) reforzó la guerra de encuestas (...) se generó una verdadera intoxicación de encuestas como parte de la propaganda electoral” [Villamil, 2012b].

Las casas encuestadoras coincidían en que el candidato de la coalición “Compromiso por México” lideraba la intención del voto. La gran mayoría de estas empresas diagnosticaban que Peña Nieto iba por encima del segundo lugar por un promedio de 15 puntos porcentuales, creando la percepción de que era invencible.

Sin lugar a duda este tipo de encuestas desnivelan la balanza porque para el electorado ver una diferencia tan grande provoca creer que su voto no servirá de nada, es decir, fomenta el abstencionismo, además, rompe la narrativa del voto útil y, finalmente, los que no habían definido su voto se lo otorgan al puntero de las encuestas porque con o sin ellos este ganará.

Asimismo, existió una guerra de encuestas donde muchas de ellas no contaban con ninguna clase de respaldo metodológico. “Según los datos del IFE entre el 12 de abril y el 26 de mayo se publicaron 680 encuestas, es decir un promedio de 14 diarias” [Villamil, 2012b].

Ahora bien, en el Monitoreo de Espacios Noticiosos en Radio y Televisión Campaña Electoral para Presidente de la República 2011-2012, realizado por la Universidad Nacional Autónoma de México, podemos visualizar que la distribución de espacios en la radio y la televisión entre los partidos políticos fue correcta y equilibrada. Sin embargo, al analizar los datos por candidato presidencial encontramos una mayor exposición de Enrique Peña Nieto.

En la tabla 2.2 observamos que en los cinco géneros periodísticos tuvo mayor exposición Peña Nieto. En el caso de la nota informativa hay una diferencia mayor a 125 horas entre Peña Nieto y, el segundo en el rubro, López Obrador. En entrevistas se le otorgó más de 33 horas que al segundo lugar en este género, Vázquez Mota. De igual forma, en el caso de opinión y análisis el mexiquense obtuvo 37 horas más que el segundo lugar en esta categoría.

Es necesario aclarar que, del número de piezas informativas valoradas, puede existir más de una valoración positiva y/o negativa, por tanto, la suma de las valoraciones positivas y negativas no necesariamente coincide con las piezas informativas valoradas.

Tabla 2.2: Tiempo otorgado a cada candidato por género periodístico

Candidato	Género	Tiempo
Andrés Manuel López Obrador	Nota Informativa	736 horas, 40 minutos, 30 segundos
	Entrevista	79 horas, 21 minutos, 47 segundos
	Debate	76 horas, 47 minutos, 6 segundos
	Reportaje	0 horas, 27 minutos, 4 segundos
	Opinión y Análisis	547 horas, 23 minutos, 22 segundos
Enrique Peña Nieto	Nota Informativa	862 horas, 30 minutos, 27 segundos
	Entrevista	145 horas, 22 minutos, 55 segundos
	Debate	80 horas, 31 minutos, 31 segundos
	Reportaje	0 horas, 25 minutos, 49 segundos
	Opinión y Análisis	585 horas, 42 minutos, 13 segundos
Gabriel Quadri de la Toree	Nota Informativa	441 horas, 4 minutos, 34 segundos
	Entrevista	45 horas, 24 minutos, 33 segundos
	Debate	45 horas, 26 minutos, 2 segundos
	Reportaje	0 horas, 22 minutos, 42 segundos
	Opinión y Análisis	368 horas, 27 minutos, 49 segundos
Josefina Eugenia Vázquez Mota	Nota Informativa	732 horas, 22 minutos, 57 segundos
	Entrevista	110 horas, 49 minutos, 23 segundos
	Debate	79 horas, 41 minutos, 1 segundo
	Reportaje	0 horas, 35 minutos, 18 segundos
	Opinión y Análisis	526 horas, 15 minutos, 27 segundos

Fuente: [IFE/UNAM, 2012, p. 13].

Tabla 2.3: Piezas informativas con valoración en televisión por candidato

Televisión			
Candidato	Piezas Informativas Valoradas	Valoraciones Positivas	Valoraciones Negativas
JEVM	82	37	92
GQT	70	36	67
AMLO	68	24	83
EPN	57	62	31
TOTAL	277	159	273

Fuente: [IFE/UNAM, 2012, p. 18].

En la tabla 2.3 observamos que Peña Nieto fue el único candidato a la presidencia que recibió más valoraciones positivas que negativas en televisión, es más, obtuvo el doble de valoraciones positivas que negativas. Por otro lado, Josefina Vázquez Mota fue la candidata con la mayor cantidad de piezas informativas valoradas y de valoraciones negativas.

Bajo esta tesitura acudió la ciudadanía a votar el 1 de julio del 2012. En este proceso electoral se renovaba la Cámara de Diputados, la Cámara de Senadores y la Presidencia de la República, sobre este último los resultados fueron:

Los resultados que se muestran en la tabla 2.4 distaron de los diagnósticos que presentaron las casas encuestadoras. En lugar de los 15 puntos que la mayoría otorgaba al priísta, Peña Nieto ganó con menos de 6.7 puntos frente a López Obrador.

Con estos resultados regresaba a la silla presidencial el partido que había controlado México por más de 70 años, sin embargo, el régimen había cambiado y ya no se podía ejercer un poder hegemónico.

Tabla 2.4: Resultados de la elección presidencial en México (2012)

Partidos	%	Votos
PAN	25.41	12,723,630
PRI-PVEM	38.21	19,158,592
PRD-PT-MC	31.59	15,848,827
Nueva Alianza	2.29	1,146,085
No registrados	0.04	20,625
Nulos	2.47	1,236,857
Total	100.00	50,143,616

Fuente: [Alarcón et al., 2012, p. 99].

En las cámaras el PRI no logró obtener la mayoría, pero velozmente supo negociar con los legisladores de otros partidos para crear el Pacto por México, con el cual se aprobaría la reforma educativa, la reforma en telecomunicaciones y radiodifusión, la reforma electoral, la reforma energética, entre otras.

2.6 Conclusión

Por lo dicho, Enrique Peña Nieto comenzó a crear su imagen de político pulcro y carismático a la par del inicio de su gobierno frente a los mexiquenses, esto con el fin de competir por la presidencia en el 2012. La exposición en los medios que tuvo el entonces gobernador era exorbitante, el uso de publicidad disfrazada de información sobre el acontecer del Estado de México se hizo presente.

Asimismo, uno de los sucesos con el cual explotaron la imagen del gobernador desmesuradamente fue su noviazgo y posterior matrimonio con la actriz de telenovelas, Angélica Rivera. Por tanto, no solo se proyectaba su imagen a través de spots o noticieros, sino

que también en los programas relacionados al mundo de la farándula.

Grupo Televisa y Grupo Atlacomulco lograron posicionar a Peña Nieto como el favorito para ganar la presidencia de la República desde los últimos años de su gobierno frente a los mexiquenses, tan es así que fue el único candidato a la presidencia en el proceso interno de selección del PRI.

Por este convenio que existió entre Televisa y Peña Nieto: ¿podríamos estar hablando de la imposición de un presidente por parte de los medios de comunicación?

A mi parecer no, decir que Peña Nieto fue impuesto se me hace utilizar un término incorrecto para los hechos que hemos analizado. Imponer supone obligar, nadie obligó a 19 millones de mexicanos a votar por el priísta, más bien el papel que desarrollaron los medios fue una suerte de persuasión por medio de la repetición y la manipulación.

Esta elección demuestra la fuerza que tienen los medios de comunicación en los procesos electorales, demuestra el poder que tienen los medios para influir en la opinión pública y, finalmente, demuestra que el discurso político se está deteriorando, provocando que lleguen a gobernarnos personajes poco preparados y sin vocación para dirigir.

En conclusión, los medios de comunicación son constructores de la realidad social y moldeadores de la opinión pública, toda esta intensa exposición mediática dio a conocer a Enrique Peña Nieto a lo largo del país. Aunado a esto, la utilización de las encuestas con fines propagandísticos coadyuvó a que retornara al poder el Partido Revolucionario Institucional en el 2012.

Capítulo 3

La Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013-2014 y la deslegitimación presidencial

3.1 Introducción

En este último capítulo se analizan algunos acontecimientos que tuvieron lugar durante el sexenio de 2012-2018. La particularidad de la mayoría de estos eventos es que fueron sepultando velozmente la legitimidad del entonces presidente, Enrique Peña Nieto.

Se tiene como objetivo dar respuesta a dos preguntas: ¿Qué repercusión tuvo la Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión (2013-2014) para el duopolio televisivo? Y ¿Cuáles fueron los eventos que deslegitimizaron a Enrique Peña Nieto a pesar de tener el auxilio de los medios televisivos?

Lo anterior lo contestaremos dividiendo el capítulo en cuatro subapartados: en el primero, observaremos de qué trató la Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2013-2014 y cuál fue su impacto en la práctica; en el segundo, desarrollaremos algunos eventos que modificaron el rumbo del sexenio ya que provocaron la caída veloz de la legitimidad del presidente; en el tercero, realizaremos un análisis estadístico sobre la legitimidad del presidente con la ayuda de los datos del Latinobarómetro; finalmente, se

dan las conclusiones del capítulo.

3.2 Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013-2014

Los medios de comunicación son un eje fundamental para el ejercicio de la política, inclusive, es difícil pensar en la política actual sin ellos. En México, durante el siglo pasado, los medios de comunicación presentaban una actitud sumisa frente al autoritarismo priísta. Sin embargo, con la llegada del neoliberalismo y el debilitamiento del régimen, la situación viró su rumbo.

Las concesiones otorgadas por Carlos Salinas de Gortari, a principios de los noventa, provocaron que con el paso de los años las industrias de las telecomunicaciones y de la radiodifusión se consolidaran como un monopolio y un duopolio, respectivamente.

Al concentrar la industria de la radiodifusión en manos de Emilio Azcárraga y Salinas Pliego, los medios de comunicación comenzaron a ser reacios frente al Estado. Sin embargo, en lugar de que con su rebeldía representaran los intereses de la población fortaleciendo a nuestra joven democracia, Televisa y TV Azteca se desenmascararon como poderes fácticos, por lo cual, los únicos intereses que representaban eran los propios.

Las críticas por la concentración de los medios de comunicación en pocas manos y por su innegable injerencia política provinieron de diversos actores, por ejemplo, organizaciones de la sociedad civil, académicos, movimientos sociales, la prensa, entre otros. Estos reclamos escalaron y se intensificaron durante el proceso electoral de 2012, debido a la relación entre algunos medios y el entonces candidato presidencial priísta.

Una vez alcanzada la presidencia, Enrique Peña Nieto envió el 12 de marzo del 2013 una iniciativa al Congreso para realizar la reforma en materia de telecomunicaciones y radiodifusión y, de esta forma, sosegar las críticas en las que llegó envuelto a dirigir al Poder Ejecutivo. Esta reforma fue parte del paquete de modificaciones a la Constitución

realizadas por el Pacto por México. Dicho pacto consistió en una:

“estrategia política de alianzas entre las élites de los tres principales partidos políticos (PAN, PRI y PRD)”, cuyo objetivo era decantar medidas que fueran aprobadas de manera expedita en el Congreso de la Unión; de acuerdo con los mismos autores, era una manera de formular una especie de “gobierno de coalición” de partidos, con objetivos delimitados pero sin aval constitucional [Sosa, 2016, p. 97-98].

El pacto, al ser una suerte de frente unificado, se convirtió en una herramienta para realizar cambios en la Constitución en temas que habían frenado el desarrollo del país y la calidad de su democracia.

Ahora bien, la iniciativa enviada por el Ejecutivo se discutió y se aprobó en la Cámara de Diputados el 21 de marzo del 2013. Posteriormente, se turnó a la Cámara de Senadores y, el 19 de abril del 2013, fue devuelta a la Cámara de Diputados con modificaciones.

La cámara baja discutió el 25 de abril del 2013 el proyecto de Decreto, el diputado Fernando Belaunzarán, del Partido de la Revolución Democrática, argumentó en la tribuna: “En un exabrupto han calificado esta reforma como la Ley Televisa dos. Que desvergüenza. En la Ley Televisa había refrendo automático, ahora todo va a ser licitado (...) Son grandes avances que van a ayudar a la competencia” [de Diputados, 2013, p. 883]. Por su parte, Gerardo Villanueva, del Partido Movimiento Ciudadano, mencionó: “Esta reforma no contiene ningún avance para los jóvenes del movimiento YoSoy132 (...) Las televisoras recibieron durante décadas de gobiernos priistas concesiones, tanto técnicas como económicas, a cambio de apoyar al sistema, situación que prevalece hasta la fecha” [de Diputados, 2013, p. 895]. Posteriormente, fue aprobada en lo general y en lo particular con 409 votos a favor, 32 en contra y 2 abstenciones, y fue devuelta con modificaciones al Senado.

El 30 de abril del 2013 se realizó la discusión y la votación en la cámara alta. La senadora Alejandra Barrales, del Partido de la Revolución Democrática, dijo en la plena-

ria: “Estamos dotando de fortaleza a estos órganos reguladores, para que verdaderamente puedan garantizar y atemperar aquellas prácticas que se perciban como monopólicas o aquellas prácticas que apunten a la concentración” [de Diputados, 2013, p. 1043]. En otro orden de ideas, el senador Jorge Luis Preciado, del Partido Acción Nacional, argumentaba que la reforma era necesaria porque: “De los diez hombres más ricos de este país, seis tienen concesiones del Estado. El Estado los ha hecho millonarios. Y es responsabilidad de este Senado defender a 80 millones de usuarios y no solamente a 17 empresarios” [de Diputados, 2013, p. 1045]. Después de todo, se aprobó la reforma con 112 votos a favor, 3 en contra y 2 abstenciones.

Así, se turnó a las Legislaturas de los Estados y se recibieron 24 votos aprobatorios. Por lo tanto, la Comisión Permanente declaró aprobado el Decreto, pasándole la batuta al Ejecutivo Federal para su publicación.

A la postre, fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013. Así fue el proceso por el cual se reformaron y adicionaron diversas disposiciones de los artículos 6, 7, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Mexicana. A continuación, las principales modificaciones a dichos artículos.

Tabla 3.1: Principales modificaciones de la Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión (2013)

Artículo 6	<p>El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet.</p> <p>La ley establecerá un organismo público descentralizado con autonomía técnica, operativa, de decisión y de gestión, que tendrá por objeto proveer el servicio de radiodifusión sin fines de lucro.</p>
Artículo 7	<p>Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos.</p>

Continuación tabla 3.1: Principales modificaciones de la Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión (2013)

Artículo 27	El dominio de la Nación es inalienable e imprescriptible y la explotación, el uso o el aprovechamiento de los recursos de que se trata, por los particulares o por sociedades constituidas conforme a las leyes mexicanas, no podrá realizarse sino mediante concesiones, otorgadas por el Ejecutivo Federal, salvo en radiodifusión y telecomunicaciones, que serán otorgadas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones.
Artículo 28	<p>El Estado contará con una Comisión Federal de Competencia Económica, que tendrá por objeto garantizar la libre competencia y concurrencia, así como prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.</p> <p>El Instituto Federal de Telecomunicaciones tendrá a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales. Las concesiones del espectro radioeléctrico serán otorgadas mediante licitación pública.</p>
Artículo 73	El Congreso tiene facultad para dictar leyes sobre vías generales de comunicación, tecnologías de la información y la comunicación, radiodifusión, telecomunicaciones, incluida la banda ancha e Internet, postas y correos.
Artículo 78	La Comisión Permanente tiene la atribución para ratificar los nombramientos que el presidente haga de embajadores, cónsules generales, empleados superiores de Hacienda, integrantes del órgano colegiado encargado de la regulación en materia de energía, coroneles y demás jefes superiores del Ejército.

Continuación tabla 3.1: Principales modificaciones de la Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión (2013)

Artículo 94	El Consejo de la Judicatura Federal determinará el número, división en circuitos, competencia territorial y especialización por materias, entre las que se incluirá la de radiodifusión, telecomunicaciones y competencia económica, de los Tribunales Colegiados y Unitarios de Circuito y de los Juzgados de Distrito.
Artículo 105	Se adicionó el inciso con la letra l) a la fracción I que habla sobre las controversias constitucionales entre diversos actores.

Fuente: Elaboración propia con base en [DOF, 2013].

Vemos que el punto de partida de la reforma es reconocer a la competencia y el libre acceso a los mercados como parte medular de nuestra vida económica y como mecanismo fundamental para promover el bienestar social. Definitivamente era necesario colocar a la competencia en el centro de la transformación de las telecomunicaciones porque estaban altamente concentradas.

La creación de la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofeco) y del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) es fundamental ya que estos son los nuevos administradores de los medios de comunicación y de las redes telefónicas del Estado. Por lo cual, se podía hacer la conjetura de que el mercado se convertiría en uno más competitivo.

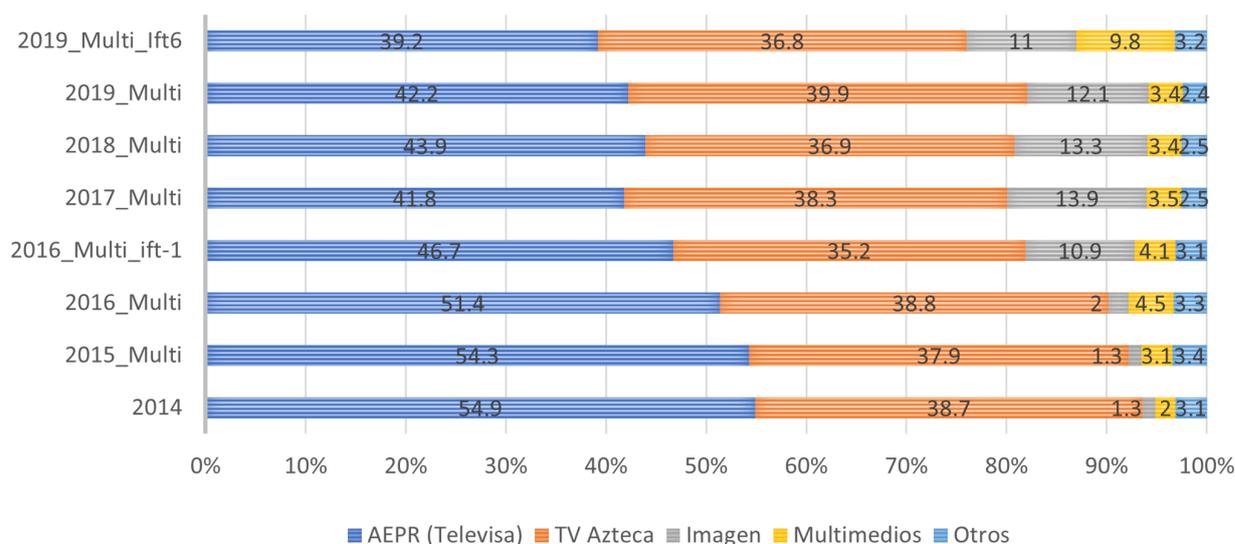
Finalmente, las leyes secundarias de esta reforma fueron publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 14 de julio del 2014, de ahí destaca la creación de dos nuevas cadenas de televisión digital abierta.

Durante el proceso legislativo los dueños de los medios de comunicación se mostraron pacientes ante la llegada de la competencia a su industria porque:

Ante la ausencia de aliados en la clase política y el funcionamiento en bloque del Pacto en lo relativo a esta reforma, la alternativa para los empresarios de los medios fue presionar soterradamente en el Congreso de la Unión para obtener algunos cambios mínimos y esperar su aplicación para valorar sus reales efectos en términos de regulación y competencia [Sosa, 2016, p. 94].

Algunos de los efectos principales de la reforma en la industria de la radiodifusión se cristalizan en la siguiente figura:

Figura 3.1: Participación ponderada de Canales de Programación del Servicio de Televisión y Radiodifusión comercial, nivel nacional



Fuente: [Unidad de Competencia Económica, 2020, p.14].

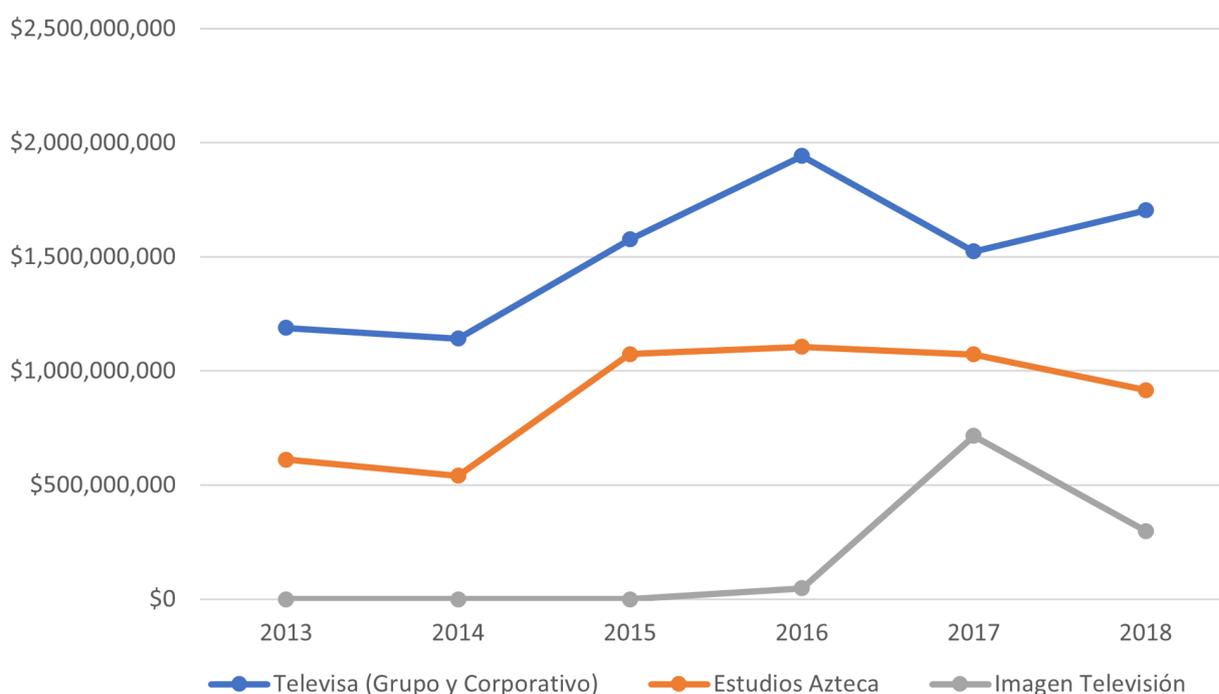
En el año 2014 Televisa, que es el Agente Económico Preponderante en Radiodifusión (AEPR), y TV Azteca concentraban más del 90% de los canales de programación a nivel nacional.

En virtud de las licitaciones IFT-1 e IFT-6, Televisa pasó de concentrar el 55% de canales de programación en 2014 a 39% en 2019, es decir, 16 puntos porcentuales menos. Asimismo, TV Azteca pasó de contar con el 38.7% de canales en 2014 a 36.8% en 2019, o sea, tan solo 1.9 puntos porcentuales menos.

Esto nos lleva a la pregunta, ¿la reforma puso fin al duopolio? No, ya que en septiembre del 2019 Televisa y TV Azteca poseían más del 75% de los canales de programación y, con base en la Unidad de Competencia Económica [Unidad de Competencia Económica, 2020], gozaban del 89.9% del porcentaje de audiencia a nivel nacional.

Además, si observamos cuánto dinero obtuvieron estos grupos mediáticos por parte del gobierno federal, bajo el concepto de “Servicios de Comunicación Social y Publicidad”, obtenemos los siguientes datos:

Figura 3.2: Recursos Federales que recibieron algunos Grupos Mediáticos por pago de Servicios de Comunicación Social y Publicidad (2013-2018)



Fuente: Elaboración propia con base en [de la Función Pública, 2019].

Con base en la Secretaría de la Función Pública [de la Función Pública, 2019], entre los años 2013-2018 Televisa S.A. de C.V. (Grupo) obtuvo 6,929 millones 623 mil 52 pesos, por su parte, Grupo Televisa S.A. (Corporativo) recibió 2,147 millones 649 mil 626 pesos, lo que nos da un total de 9,077 millones 272 mil 678 pesos. Por otra parte, Estudios Azteca S.A. DE C.V. percibió durante el mismo periodo un total de 5,319 millones 429 mil 304 pesos. Esto los convierte en los dos grupos mediáticos que recibieron la mayor

cantidad de recursos por parte del gobierno federal durante el sexenio de Enrique Peña Nieto.

Así, vemos que “la asignación de la pauta publicitaria es por demás discrecional y arbitraria y que es una herramienta para el control político que ejercen los gobiernos sobre los medios y viceversa” [Ruelas and Dupuy, 2013, p. 9].

Dicho lo cual, aunque Televisa y TV Azteca hayan perdido la concesión de algunos canales de programación por la reforma, el rating y los recursos obtenidos por los servicios en comunicación y publicidad oficial se mantuvieron prácticamente igual. Valdés escribe al respecto que: “Al inclinarse frente a los poderes fácticos, en especial los concesionarios de la televisión, Enrique Peña Nieto puso entredicho su palabra y se jugó una porción de la legitimidad de su mandato” [Valdés, 2016, p. 211].

En conclusión, el paso de los años nos permite observar que esta reforma, en la industria de las telecomunicaciones, ha sido de las de mayor provecho para los consumidores, ya que abrió el mercado y los precios han disminuido, afectando al monopolio de Carlos Slim. Empero, en la industria de la radiodifusión, la reforma llega, por lo menos, una década tarde y no logra derrotar al duopolio, más bien, lo que está debilitando a las cadenas televisivas es el incremento del uso del internet, de las redes sociales y de las plataformas de *streaming*.

Lo que sí logró la reforma son dos cosas: 1) que las críticas sobre la fuerza desmedida que ostentan los dueños de los medios de comunicación se apaciguaran; y 2) reafirmó la subordinación del gobierno ante este poder fáctico.

3.3 El fin de la legitimidad

Hemos visto que la reforma enviada por el titular del Ejecutivo al Congreso Federal no afectó los intereses de los medios televisivos, es más, a lo largo del sexenio, “el gobierno de Enrique Peña Nieto gastó 60 mil 237 millones de pesos en publicidad. Diez medios

de comunicación concentraron el 48 por ciento del presupuesto oficial, mientras que 850 tuvieron que repartirse el 52 por ciento restante” [Redacción, 2019].

Estos números nos permiten asegurar que la mayor parte del presupuesto estaba repartido en muy pocas manos, entre esos diez medios que acapararon el 48% del presupuesto se encuentran Televisa y TV Azteca, y que el presidente derrochaba cantidades exorbitantes de dinero para impulsar su imagen, sin embargo, con base en Molina [Molina, 2018], para noviembre de 2018 Peña Nieto tenía una aprobación de 24% y una desaprobación de 74%. En otras palabras, llegó deslegitimizado al final de su sexenio a pesar de contar con el amparo de los medios de comunicación, pero ¿qué acontecimientos deslegitimizaron al presidente?

Primero que todo, es necesario comprender que la legitimidad, en lenguaje político, es la “capacidad para conseguir que sean aceptados los límites que el poder impone” [Vallès, 2007, p. 40]. Es decir, la legitimidad es un atributo por el cual se consolida el ejercicio del poder ya que existe el consenso, lo que genera adhesión y, por lo tanto, estabilidad.

En las democracias actuales es un eje fundamental para ejercer el poder por medio de la licencia ciudadana. Así, podemos asegurar que la legitimidad es un factor determinante para la gobernabilidad y, por lo tanto, es una necesidad para los gobernantes.

Considero preciso advertir que no existe un consenso alrededor de la idea de legitimidad. A mi parecer, el concepto se puede utilizar para referirse a los representantes políticos, al régimen y al gobierno, y la condición de legitimidad de estos tres determinará la del Estado. De tal forma que se puede estudiar el todo y las partes.

En el caso de los representantes políticos se distinguen dos tipos de legitimidad: 1) la legitimidad de inicio, la cual se obtiene en las urnas, y refiere a que el proceso electoral y sus resultados son aprobados y/o aceptados por la mayoría de la población; y 2) la legitimidad por mandato, que refiere a la valoración por parte de la población de las acciones realizadas durante el ejercicio del gobierno.

Por ejemplo, pensemos en los gobiernos de 2000-2006 y 2006-2012. El primer sexenio, con Vicente Fox, contó con una alta legitimidad de inicio al vencer a los priístas en las elecciones, sin embargo, su gestión fue desastrosa, lo que provocó que perdiera legitimidad constantemente. El segundo sexenio, con Felipe Calderón, reportó muy bajos niveles de legitimidad de inicio por la poca diferencia de votos con el segundo lugar, lo que provocó que precipitara la llamada “guerra contra el narco”, hundiendo al país en olas de violencia, pero logrando revertir la tendencia a la baja de su legitimidad.

Con respecto a Enrique Peña Nieto podemos decir que, pese a que llegó envuelto en críticas a la elección del 2012, los resultados emanados de las urnas le brindaron una genuina victoria. Así pues, contaba con legitimidad de inicio, sin embargo, durante el sexenio existieron algunos acontecimientos que sepultaron rápidamente su legitimidad.

El caso Ayotzinapa, la Casa Blanca, la invitación del entonces candidato estadounidense Donald Trump, el gasolinazo y los constantes escándalos de corrupción, afectaron la percepción y valoración que tenían los ciudadanos sobre Peña Nieto. Considero relevante explicar brevemente estos eventos ya que pueden ayudarnos a vislumbrar algunas variables que determinan al concepto de legitimidad.

Las Escuelas Normales “nacieron con la idea de dar la oportunidad a las comunidades más pobres de México de acceder a una educación que ayudara al mejoramiento de sus vidas” [Arteaga and Muciño, 2014]. Históricamente estos centros de estudio han sido reprimidos a través del presupuesto y de la fuerza porque sus estudiantes se organizan y se movilizan de forma eficiente, lo que los posiciona como un actor incómodo para el gobierno.

La noche del 26 de septiembre de 2014 en Iguala, Guerrero, se llevó a cabo un crimen de Estado en contra de estudiantes de la Escuela Normal Rural de Ayotzinapa. Aquella noche, con base en Gil [Gil, 2020], los estudiantes fueron atacados por policías municipales dejando un saldo de 6 personas ejecutadas, 43 desaparecidos y, por lo menos, 40 lesionados.

El 30 de septiembre de 2014 el alcalde de Iguala, José Luis Abarca, solicitó licencia a su cargo por 30 días, se le otorgó y desapareció. Posteriormente, se emitió una orden de aprehensión en su contra al ser acusado de “homicidio y crimen organizado por los hechos del 26 y 27 de septiembre en los que murieron seis personas y desaparecieron 43 normalistas” [Vicenteño, 2014]. El 04 de noviembre del 2014 fue detenido, junto con su esposa, en Iztapalapa, Ciudad de México.

A los once días de la desaparición de los normalistas, Enrique Peña Nieto mencionó: “Al igual que la sociedad mexicana, como presidente de la República, me encuentro profundamente indignado y consternado ante la información que ha venido dándose a lo largo del fin de semana” [Nieto, 2014]. En apariciones posteriores, llamó al gobernador perredista de Guerrero, Ángel Aguirre, a hacerse cargo de lo sucedido ya que consideraba que era un asunto local.

El 23 de octubre de 2014, el gobernador de Guerrero se separa de su cargo “para “favorecer a un clima político” que permita resolver la emergencia desatada por la desaparición de los estudiantes” [Redacción, 2014].

En suma, vemos que el Ejecutivo Federal le delegó la responsabilidad al gobernador de Guerrero, el Ejecutivo Estatal decidió separarse de su cargo y el Ejecutivo Municipal optó por ser prófugo. Esta situación, inevitablemente, generó la disminución de la confianza en el gobierno.

Así pues, Ayotzinapa cambió el rumbo del sexenio, fue un punto crítico que provocó que la población se cuestionara sobre los graves problemas en materia de seguridad, especialmente en temas de derechos humanos, y sobre la profunda ineficacia de los tres órdenes de gobierno para lograr dar una solución y verdad conjunta y contundente.

En otro orden de ideas, el 9 de noviembre de 2014 se publicó una investigación periodística, realizada por Aristegui Noticias, en la que se dio a conocer una lujosa mansión, en Lomas de Chapultepec, que poseía Enrique Peña Nieto.

La investigación demostraba que la residencia, conocida como “La Casa Blanca”, no estaba a nombre ni del presidente, su esposa o sus hijos. Estaba a nombre de “Ingeniería Inmobiliaria del Centro”, empresa que forma parte de Grupo Higa.

Existía una clara relación entre Peña Nieto y Grupo Higa ya que: “Por diversos contratos, las filiales de Grupo Higa ganaron más de 8 mil millones durante el gobierno de Peña Nieto en el Estado, de acuerdo con documentos entregados vía transparencia” [Cabrera et al., 2014]. Además, “Durante las giras de campaña, Peña Nieto, su círculo cercano y su familia volaron en aeronaves de “Eolo Plus”, filial de Grupo Higa (...) El PRI pagó casi 26 millones de pesos por los vuelos” [Cabrera et al., 2014].

Por lo tanto, la residencia en las Lomas, que tenía un valor aproximado de 7 millones de dólares en 2014, sugería que los contratos habían sido entregados por tráfico de influencias, conflicto de intereses y nepotismo, lo cual, enfureció al pueblo mexicano.

Ante las demandas de esclarecimiento, Angélica Rivera, la entonces primera dama, optó por declarar en un video que la propiedad la había adquirido con el esfuerzo de 25 años de trabajo en la empresa Televisa. Sin embargo, para finales de 2014, el contrato de compra de la residencia fue cancelado.

Para poner fin al asunto Enrique Peña Nieto solicitó que la Secretaría de la Función Pública realizara una investigación para comprobar que no existía conflicto de interés por la adquisición de la casa.

Así, Virgilio Andrade, entonces titular de la Secretaría, después de la investigación “aseguró que la casa ”estaba siendo pagada con el patrimonio exclusivo de la señora” y que los pagos realizados provenían ”de su cuenta personal” gracias a su trabajo” [Paullier, 2015]. Por lo tanto, como era de esperarse en una investigación realizada por un trabajador hacia su jefe, tan solo se reafirmó la declaración de Rivera.

Este terrible caso de corrupción e impunidad provocó un impacto altamente negativo en la popularidad del presidente. Especialistas comentaban que el sexenio había terminado junto con el año 2014, haciendo alusión a que ya no habría forma de recuperar la

legitimidad y, por lo tanto, la tarea de gobernar sería aún más compleja.

El siguiente punto trata sobre la invitación y el encuentro que organizó el presidente de México con el entonces candidato republicano Donald Trump. Esta reunión, que tuvo lugar el 31 de agosto de 2016 en la residencia presidencial de Los Pinos, se dio bajo el contexto de los comentarios xenófobos que formaban parte de la campaña del republicano.

Por ejemplo, durante un evento de campaña, Donald Trump mencionó: “Cuando México envía a su gente, no envían a los mejores”, añadió. “Envían droga, traen crimen con ellos. Son violadores. Supongo que algunos también son buena gente” [Corasaniti and Ahmed, 2016].

Por razones lógicas, el pueblo mexicano se exasperó al enterarse de la invitación, pero fue aún más la irritación al escuchar el discurso recitado por Peña Nieto en aquella reunión, ya que: “dio a entender que el problema migratorio no venía de México, sino de Centroamérica, y que México estaba dispuesto a cooperar (...) Luego se fue en picada cuando se refirió a los insultos proferidos por Trump como malentendidos” [Illades, 2016].

Indiscutiblemente Peña Nieto quedó mal parado a la postre de esta reunión. Los periódicos nacionales e internacionales se mofaron del presidente, algunos de los titulares decían: “Usa Trump a Peña” (Reforma), “Nunca he visto ningún mexicano pidiendo limosna en Estados Unidos” (El País), “Donald Trump fue a México y ganó” (The Washington Post), “Lo increíble y lo inexplicable” (The Economist), “Pero en lugar de reprender al señor Trump, el señor Peña Nieto lo trató como a un jefe de Estado visitante...” (The New York Times), “¿En qué estaba pensando Peña Nieto?” (Slate). En consecuencia, la popularidad del Ejecutivo Federal continuó a la baja por un pésimo manejo de sus funciones como Jefe de Estado.

Por otro lado, el 1° de enero del 2017 entró en vigor un nuevo esquema de venta de gasolinas por el cual el gobierno ya no fijaría un precio único por el combustible y abriría el mercado a distintas empresas gasolineras, esta medida corresponde a las modificaciones realizadas por la Reforma Energética de 2013 a la Constitución.

La liberalización del precio de la gasolina provocó un descontento masivo ya que fue “el mayor incremento en el precio de los combustibles en México en casi 20 años” [Paullier, 2017], por lo que estallaron protestas, saqueos y bloqueos de carreteras.

Este incremento se tradujo en que, “durante el sexenio del presidente Enrique Peña Nieto, los consumidores resintieron en sus bolsillos un aumento de 8.4 pesos por litro de combustible, o bien, vieron un aumento de 77 por ciento en el precio de la gasolina” [Flores and Chávez, 2018].

No corresponde a esta breve recapitulación comprender si la medida fue económicamente correcta, lo que sí comprendemos es que la medida fue sumamente impopular y coadyuvó a que los ciudadanos desaprobaran la administración de Peña Nieto.

Ahora bien, los escándalos de corrupción fueron el sello del sexenio, hemos hablado de La Casa Blanca, pero existe una amplia variedad de sucesos que vincularon al presidente con el mal uso del poder. Entre ellos destacan los desvíos de recursos públicos realizados por algunos gobernadores priístas, tales como Javier Duarte, Cesar Duarte y Roberto Borge, La Estafa Maestra y el caso Odebrecht.

Al ser los tres casos de la misma índole, considero que explicando uno obtendremos una conclusión general que nos permitirá comprender cómo es que la legitimidad se ve afectada por la corrupción. A mi parecer, el tema que nos ayuda a observar la magnitud del problema, por el mecanismo que utilizó, es La Estafa Maestra, por lo cual, lo desarrollo a continuación.

El portal periodístico Animal Político, junto con la organización de la sociedad civil Mexicanos en contra de la Corrupción y la Impunidad, publicó el 5 de septiembre de 2017 una investigación en la cual se descubría un sistema de corrupción.

Los actores principales de este sistema fueron 11 dependencias del Gobierno Federal, sobresalen Pemex, Sedesol y Banobras, 8 universidades públicas, resaltan la Universidad Autónoma del Estado de México y la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, y 186 empresas, algunas fantasma y otras con severas irregularidades.

El *modus operandi* era el siguiente: primero, las dependencias contrataban a las universidades públicas para realizar algunos servicios ajenos a sus capacidades; segundo, a cambio de una comisión, las universidades subcontrataban a empresas fraudulentas; y tercero, sin contar con algún documento que comprobara que el servicio fue realizado, las empresas recibían el dinero. Así se realizó la estafa que desapareció 7 mil 670 millones de pesos.

En el año 2020, “Lozoya admitió en su declaración ante la Fiscalía General de la República (FGR), que La Estafa Maestra se trató de una “asociación de corte delictiva” para desviar recursos públicos y enriquecerse configurada por el entonces presidente Enrique Peña Nieto” [Roldán et al., 2020]. Sin embargo, la única que ha pisado la cárcel por este acontecimiento es la ex secretaria de Sedesol, Rosario Robles.

La corrupción por parte de los gobernantes amenaza a la democracia porque genera desconfianza en las instituciones, de tal forma que daña las bases para la legitimidad del régimen. Por lo tanto, mientras más legitimidad perdía Enrique Peña Nieto por temas de corrupción, menos confianza había en las instituciones democráticas, afectando al régimen.

A manera de conclusión podemos decir que, si bien en los sistemas presidencialistas el poder y la legitimidad de los gobernantes tiende a la baja conforme pasa el periodo para el que fueron electos, en el caso de Enrique Peña Nieto existieron constantes caídas abruptas en su legitimidad, lo que provocó que no solo fuera una constante a la baja, sino que terminó el sexenio deslegitimado.

3.4 Análisis estadístico

En función de lo planteado considero oportuno analizar algunos datos de un par de estudios para visualizar con mayor exactitud las consecuencias de los eventos descritos. Así pues, en este subapartado se presentará un análisis estadístico que producirá un índice para medir la legitimidad de Enrique Peña Nieto.

Primero que todo, Somuano escribe que: “La legitimidad es claramente un concepto multidimensional que en principio no puede capturarse por completo mediante una sola pregunta de una encuesta o cuestionario y, en general, no existe una medida aceptada para medirlo” [Somuano, 2020, p. 373].

Con base en esto, la forma en la que nos acercaremos a la idea de legitimidad cuenta con dos ejes: en primer lugar, el subapartado anterior, donde a través de los hechos logramos condensar algunas variables que influyen al concepto. Por ejemplo, con el caso Ayotzinapa vimos que cayó la confianza en el gobierno, con la Casa Blanca y con la invitación de Donald Trump observamos que fue a la baja la popularidad del presidente, el gasolinazo se tradujo en una fuerte desaprobación de la administración del presidente y, finalmente, los constantes escándalos de corrupción amenazaron a la democracia y sus instituciones.

El segundo eje es el estudio de *Fragile States Index* realizado por *The Fund for Peace*, este cuenta con un indicador titulado State Legitimacy del cual destacan las siguientes preguntas: ¿el gobierno cuenta con la confianza del pueblo?, ¿han ocurrido demostraciones de oposición política?, ¿han ocurrido disturbios o levantamientos?, ¿hay evidencia de corrupción por parte de los funcionarios del gobierno?, ¿todos los partidos cuentan con derechos políticos?, ¿el gobierno representa a la población?, ¿han existido recientemente transiciones pacíficas de poder?, ¿las elecciones son percibidas como libres y justas?, ¿hay informes de ataques por motivos políticos?

Tomando como base lo anterior, hemos seleccionado algunas preguntas del Latinobarómetro [lat, 2017], años 2004-2017, y algunos de los datos que conforman al *Fragile States Index* [fra, 2017], años 2004-2017, para realizar una regresión lineal que nos explique cómo se comportó la legitimidad de Enrique Peña Nieto a lo largo de su sexenio.

Al trabajar con los datos del Latinobarómetro nos encontramos con dos problemas: 1) las respuestas de las encuestas vienen en palabras y los modelos de regresión requieren que los datos estén representados con valores numéricos; y 2) no en todos los años se encuentran las preguntas de nuestro interés.

Para solucionar esto, primero, tuvimos que codificar las respuestas, sin embargo, no en todos los años las respuestas eran las mismas. Por ejemplo, supongamos que en el año 2004 la respuesta era “apoyo alto a la democracia” y en el año 2015 “alto apoyo a la democracia”, por lo que al querer leerlo con el programa nos arrojaba una cantidad enorme de categorías inservibles. Por lo cual, tuvimos que en cada año, con cada variable, hacer la relación de las respuestas para poder codificarlas correctamente.

Para el segundo problema tuvimos que hacer la imputación de datos, esto lo hicimos a través de un programa que determina el dato más repetido de las observaciones parecidas en ese mismo año y arroja el dato faltante, pudimos haber seleccionado que la imputación se realizara con las respuestas de todos los años del Latinobarómetro, sin embargo, consideramos que la opinión cambiaría mucho entre, por ejemplo, el año 2005 y el 2017.

Una vez resuelto lo anterior, los datos del Latinobarómetro los utilizamos como nuestras variables independientes, mientras que los datos extraídos del Fragile State Index los manejamos como una muestra de nuestra variable dependiente, en otras palabras, nos ayudan a representar los valores del eje vertical.

Para definir nuestro índice de legitimidad nos basamos en la siguiente ecuación:

$$y_i = \beta_0 + \sum_{j=0}^n \beta_j x_{ij} + \varepsilon_i$$

Esta ecuación es un modelo de regresión lineal múltiple, donde la y es la legitimidad del presidente (variable dependiente), las β_1, \dots, β_n son los coeficientes de regresión asociadas con las variables independientes denotadas por x_1, \dots, x_n y β_0 es una constante asociada con el valor del índice de legitimidad asociado con las características de la población base.

Ahora bien, a continuación se muestra un primer acercamiento a las variables que utilizaremos:

Tabla 3.2: Estadísticas de ajuste para el modelo saturado que contempla una constante en la regresión.

Dep. Variable:	Fragile Index	R-squared:	0.201
Model:	OLS	Adj. R-squared:	0.196
Method:	Least Squares	F-statistic:	40.26
Date:	Wed, 06 Oct 2021	Prob (F-statistic):	0.00
Time:	20:34:38	Log-Likelihood:	6717.5
No. Observations:	8400	AIC:	-13330
Df Residuals:	8347	BIC:	-12960
Df Model:	52		

Fuente: Elaboración propia con base en [lat, 2017] y [fra, 2017].

Tabla 3.3: Estimaciones de los coeficientes de la regresión para el modelo saturado que considera una constante.

x_j	β_j	σ	t	p-valor	L	U
Constante	6.0860	0.032	191.480	0.000	6.024	6.148
Apoyo a la democracia	-0.0012	0.002	-0.739	0.460	-0.005	0.002
Satisfacción con la de- mocracia	0.0075	0.003	2.460	0.014	0.002	0.014
Aprobación de la ges- tión del gobierno que encabeza el Presidente	0.0119	0.003	4.382	0.000	0.007	0.017
Confianza en el Go- bierno	0.0018	0.002	1.001	0.317	-0.002	0.005
Confianza en la Televi- sión	-0.0040	0.001	-2.771	0.006	-0.007	-0.001
Grado de satisfacción con la vida	0.0090	0.001	6.779	0.000	0.006	0.012

Continuación tabla 3.3.

x_j	β_j	σ	t	p-valor	L	U
Preocupación de quedar sin trabajo dentro de los próximo doce meses	-0.0048	0.001	-4.983	0.000	-0.007	-0.003
¿Usted y su familia han considerado seriamente vivir en el extranjero?	-0.0160	0.003	-4.795	0.000	-0.023	-0.009
Escala pobreza riqueza personal	-0.0014	0.001	-2.070	0.039	-0.003	-0.000
Situación económica futura del entrevistado y su familia	-0.0055	0.001	-4.000	0.000	-0.008	-0.003
Satisfacción con el funcionamiento de la economía en (país)	-0.0036	0.002	-2.033	0.042	-0.007	-0.000
Confianza en el Congreso	-0.0049	0.002	-2.524	0.012	-0.009	-0.001
Confianza en el Poder Judicial	0.0079	0.002	4.266	0.000	0.004	0.012
Confianza en la Policía	-0.0065	0.002	-3.910	0.000	-0.010	-0.003
Usted o su familia han sabido de algún acto de corrupción	-0.0167	0.003	-5.990	0.000	-0.022	-0.011
Confianza en las Fuerzas Armadas	-0.0009	0.001	-0.693	0.488	-0.004	0.002
Confianza en los Partidos Políticos	0.0023	0.002	1.269	0.205	-0.001	0.006
Situación económica actual del país	-0.0190	0.002	-11.900	0.000	-0.022	-0.016

Continuación tabla 3.3.

x_j	β_j	σ	t	p-valor	L	U
Escala Izquierda- Derecha	0.0003	0.001	0.495	0.621	-0.001	0.001
¿Por cuál partido votaría este domingo?_Independiente	0.000	0.000	2.006	0.045	0.000	0.000
¿Por cuál partido votaría este domingo?_MC	0.0144	0.041	0.351	0.726	-0.066	0.095
¿Por cuál partido votaría este domingo?_MORENA	0.000	0.000	-3.808	0.000	0.000	0.000
¿Por cuál partido votaría este domingo?_Ninguno	0.0155	0.022	0.704	0.481	-0.028	0.059
¿Por cuál partido votaría este domingo?_Nulo	0.0103	0.023	0.452	0.652	-0.035	0.055
¿Por cuál partido votaría este domingo?_Otro	0.0153	0.032	0.480	0.631	-0.047	0.078
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PAN	-0.0497	0.022	-2.258	0.024	-0.093	-0.007
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PANAL	0.0295	0.028	1.034	0.301	-0.026	0.085
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PARM	0.000	0.000	-4.379	0.000	0.000	0.000
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PAS	-0.0732	0.059	-1.242	0.214	-0.189	0.042

Continuación tabla 3.3.

x_j	β_j	σ	t	p-valor	L	U
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PES	0.000	0.000	-6.471	0.000	0.000	0.000
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PRD	-0.0152	0.022	-0.685	0.493	-0.059	0.028
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PRI	0.0380	0.022	1.728	0.084	-0.005	0.081
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PSD	0.000	0.000	6.208	0.000	0.000	0.000
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PT	0.0403	0.027	1.509	0.131	-0.012	0.093
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PVEM	0.0280	0.025	1.105	0.269	-0.022	0.078
Problema más importante en el país_Corrupción	0.1179	0.023	5.184	0.000	0.073	0.162
Problema más importante en el país_Crisis Política	0.1220	0.023	5.359	0.000	0.077	0.167
Problema más importante en el país_Delincuencia	0.1595	0.022	7.108	0.000	0.116	0.204
Problema más importante en el país_Derechos Humanos	0.2316	0.041	5.630	0.000	0.151	0.312

Continuación tabla 3.3.

	x_j		β_j	σ	t	p-valor	L	U
Problema más importante en el país_Deseempleo	más	im-	0.1502	0.023	6.675	0.000	0.106	0.194
Problema más importante en el país_Discriminación	más	im-	0.1671	0.034	4.976	0.000	0.101	0.233
Problema más importante en el país_Economía	más	im-	0.1801	0.023	7.984	0.000	0.136	0.224
Problema más importante en el país_Educación	más	im-	0.1625	0.024	6.904	0.000	0.116	0.209
Problema más importante en el país_Falta Oportunidades	más	impor-	0.2187	0.045	4.900	0.000	0.131	0.306
Problema más importante en el país_Inestabilidad Empleo	más	im-	0.1215	0.025	4.861	0.000	0.073	0.171
Problema más importante en el país_Inflación	más	im-	0.0981	0.024	4.136	0.000	0.052	0.145
Problema más importante en el país_Injusticia Social	más	im-	0.1382	0.023	6.082	0.000	0.094	0.183
Problema más importante en el país_Medio Ambiente	más	impor-	0.1753	0.026	6.863	0.000	0.125	0.225

Continuación tabla 3.3.

	x_j		β_j	σ	t	p-valor	L	U
Problema más im- portante en el país_Narcotráfico			0.1529	0.023	6.638	0.000	0.108	0.198
Problema más im- portante en el país_Ninguno			0.1602	0.028	5.725	0.000	0.105	0.215
Problema más impor- tante en el país_Otros			0.0692	0.024	2.881	0.004	0.022	0.116
Problema más im- portante en el país_Problemas Li- mítrofes			0.0608	0.054	1.132	0.258	-0.045	0.166
Problema más im- portante en el país_Problemas energé- ticos			0.2769	0.112	2.483	0.013	0.058	0.496
Problema más impor- tante en el país_Salud			0.1342	0.028	4.775	0.000	0.079	0.189
Problema más im- portante en el país_Servicios Bási- cos			0.1350	0.025	5.511	0.000	0.087	0.183
Problema más im- portante en el país_Violencia			0.1805	0.025	7.322	0.000	0.132	0.229

Continuación tabla 3.3.

	x_j	β_j	σ	t	p-valor	L	U
Problema más im- portante en el país_Vivienda		0.1009	0.050	2.022	0.043	0.003	0.199

Fuente: Elaboración propia con base en [lat, 2017] y [fra, 2017].

De este resultado inicial observemos el P-valor ($P > |t|$). Este dato se mueve entre 0 y 1, entre más se acerque al 0 quiere decir que es más significativa y entre más se acerque al 1, pues lo contrario. Existe el consenso entre los expertos en estadística que recomienda que las variables que tengan un P-valor mayor a 0.05 sean eliminadas del modelo para solamente utilizar las que afectan en mayor medida a la variable dependiente.

Por lo dicho, para realizar nuestro índice eliminaremos las variables que presentan un P-valor mayor a 0.05. A continuación se corre el modelo con las variables significantes:

Dep. Variable:	Fragile Index	R-squared:	0.199
Model:	OLS	Adj. R-squared:	0.195
Method:	Least Squares	F-statistic:	57.57
Date:	Wed, 06 Oct 2021	Prob (F-statistic):	0.00
Time:	20:35:07	Log-Likelihood:	6707.4
No. Observations:	8400	AIC:	-1.334e+04
Df Residuals:	8363	BIC:	-1.308e+04
Df Model:	36		

Fuente: Elaboración propia con base en [lat, 2017] y [fra, 2017].

	coef	std err	t	$P > t $	[0.025	0.975]
const	6.1267	0.019	317.757	0.000	6.089	6.164
Satisfacción con la de- mocracia	0.0062	0.003	2.139	0.032	0.001	0.012

Continuación tabla

	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
Aprobación de la gestión del gobierno que encabeza el Presidente	0.0119	0.003	4.489	0.000	0.007	0.017
Confianza en la Televisión	-0.0040	0.001	-2.808	0.005	-0.007	-0.001
Grado de satisfacción con la vida	0.0088	0.001	6.647	0.000	0.006	0.011
Preocupación de quedar sin trabajo dentro de los próximos doce meses	-0.0046	0.001	-4.890	0.000	-0.007	-0.003
¿Usted y su familia han considerado seriamente vivir en el extranjero?	-0.0160	0.003	-4.794	0.000	-0.023	-0.009
Escala pobreza riqueza personal	-0.0015	0.001	-2.167	0.030	-0.003	-0.000
Situación económica futura del entrevistado y su familia	-0.0056	0.001	-4.065	0.000	-0.008	-0.003
Confianza en el Congreso	-0.0040	0.002	-2.203	0.028	-0.008	-0.000
Confianza en el Poder Judicial	0.0081	0.002	4.507	0.000	0.005	0.012
Confianza en la Policía	-0.0060	0.002	-3.725	0.000	-0.009	-0.003
Usted o su familia han sabido de algún acto de corrupción	-0.0169	0.003	-6.076	0.000	-0.022	-0.011
Situación económica actual del país	-0.0194	0.002	-12.383	0.000	-0.022	-0.016

Continuación tabla

	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PAN	-0.0651	0.003	-19.066	0.000	-0.072	-0.058
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PES	-5.983e-15	2.87e-15	-2.085	0.037	-1.16e-14	-3.58e-16
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PRD	-0.0307	0.005	-6.635	0.000	-0.040	-0.022
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PRI	0.0228	0.003	7.128	0.000	0.017	0.029
Problema más importante en el país_Corrupción	0.0907	0.019	4.782	0.000	0.053	0.128
Problema más importante en el país_Crisis Política	0.0952	0.019	5.013	0.000	0.058	0.132
Problema más importante en el país_Delincuencia	0.1330	0.019	7.146	0.000	0.097	0.169
Problema más importante en el país_Derechos Humanos	0.2054	0.039	5.242	0.000	0.129	0.282
Problema más importante en el país_Desempleo	0.1239	0.019	6.633	0.000	0.087	0.161
Problema más importante en el país_Discriminación	0.1414	0.031	4.541	0.000	0.080	0.202

Continuación tabla

			coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
Problema más im- portante en el país_Economía			0.1540	0.019	8.207	0.000	0.117	0.191
Problema más im- portante en el país_Educación			0.1349	0.020	6.779	0.000	0.096	0.174
Problema más impor- tante en el país_Falta Oportunidades			0.1917	0.043	4.478	0.000	0.108	0.276
Problema más im- portante en el país_Inestabilidad Empleo			0.0951	0.022	4.398	0.000	0.053	0.137
Problema más im- portante en el país_Inflación			0.0716	0.020	3.557	0.000	0.032	0.111
Problema más im- portante en el país_Injusticia Social			0.1117	0.019	5.896	0.000	0.075	0.149
Problema más impor- tante en el país_Medio Ambiente			0.1486	0.022	6.679	0.000	0.105	0.192
Problema más im- portante en el país_Narcotráfico			0.1263	0.019	6.543	0.000	0.088	0.164
Problema más im- portante en el país_Ninguno			0.1329	0.025	5.317	0.000	0.084	0.182

Continuación tabla

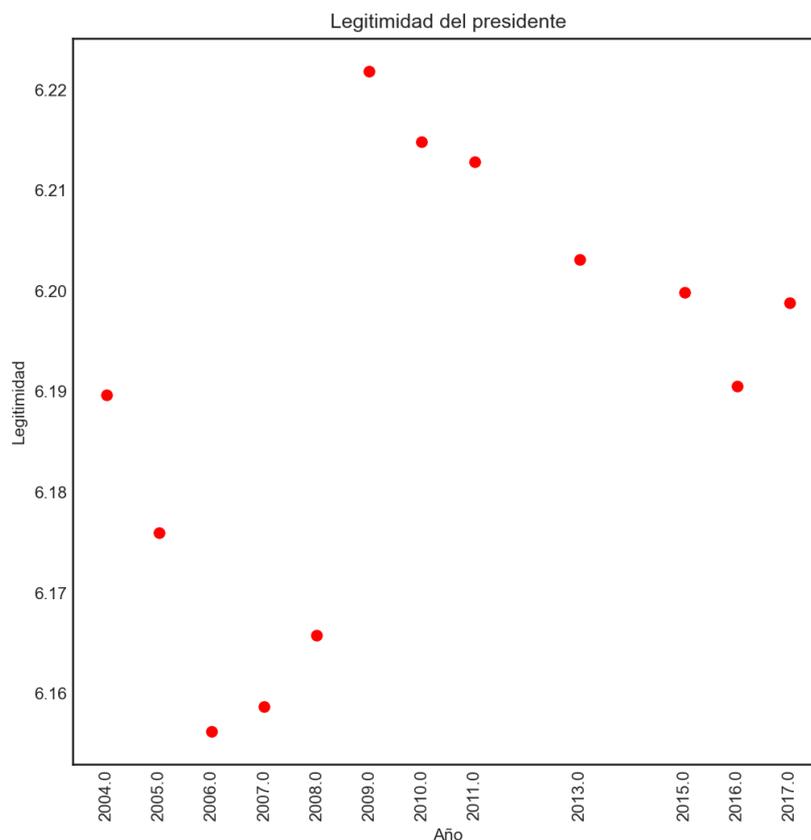
	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
Problema más importante en el país_Otros	0.0431	0.020	2.102	0.036	0.003	0.083
Problema más importante en el país_Problemas energéticos	0.2522	0.111	2.275	0.023	0.035	0.469
Problema más importante en el país_Salud	0.1078	0.025	4.288	0.000	0.059	0.157
Problema más importante en el país_Servicios Básicos	0.1084	0.021	5.151	0.000	0.067	0.150
Problema más importante en el país_Violencia	0.1546	0.021	7.283	0.000	0.113	0.196

Fuente: Elaboración propia con base en [lat, 2017] y [fra, 2017].

Ahora bien, al principio de esta tabla se encuentra el R-cuadrado ajustado, esta medición estadística nos indica qué tan cerca se encuentran los datos de la línea de regresión. El rango del R-cuadrado siempre oscila entre 0 y 1, si se acerca más al cero significa que no se ajusta bien el modelo a los datos y si se acerca más a uno pues lo contrario.

En el presente análisis el modelo nos arroja un R-cuadrado de 0.195, es importante aclarar que este dato no implica que nuestro modelo sea adecuado o inadecuado, lo que podemos extraer de esto es que los datos se encuentran dispersos. A continuación una muestra de ello:

Figura 3.3: Índice de legitimidad con la constante.



Primero, considero necesario aclarar que analizamos desde algunos años antes del sexenio de Enrique Peña Nieto para poder comprender cómo se comporta la legitimidad al utilizar nuestro índice.

Segundo, vemos que los datos no nos ofrecen información relevante. Por lo cual, proponemos realizar de nueva cuenta el modelo pero sin contemplar la intersección, es decir, utilizamos la misma fórmula pero sin considerar β_0 :

$$y_i = \sum_{j=1}^n \beta_j x_{ij} + \varepsilon_i$$

Dicho lo cual, seguiremos los pasos utilizados líneas arriba, sin embargo, ya no expo-

nemos la tabla con el modelo saturado porque el de nuestro interés es el de las variables seleccionadas.

Dep. Variable:	Fragile Index	R-squared (uncentered):	0.998
Model:	OLS	Adj. R-squared (uncentered):	0.998
Method:	Least Squares	F-statistic:	1.165e+05
Date:	Wed, 06 Oct 2021	Prob (F-statistic):	0.00
Time:	20:33:38	Log-Likelihood:	-364.01
No. Observations:	8400	AIC:	814.0
Df Residuals:	8357	BIC:	1117.
Df Model:	43		

Fuente: Elaboración propia con base en [lat, 2017] y [fra, 2017].

	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
Apoyo a la democracia	0.0169	0.004	4.374	0.000	0.009	0.024
Aprobación de la gestión del gobierno que encabeza el Presidente	0.0259	0.006	4.215	0.000	0.014	0.038
Grado de satisfacción con la vida	0.0248	0.003	8.180	0.000	0.019	0.031
Preocupación de quedar sin trabajo dentro de los próximos doce meses	0.0126	0.002	5.729	0.000	0.008	0.017
Situación económica futura del entrevistado y su familia	0.0119	0.003	3.751	0.000	0.006	0.018
Satisfacción con el funcionamiento de la economía en (país)	-0.0106	0.004	-2.736	0.006	-0.018	-0.003

Continuación tabla

	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
Confianza en el Poder Judicial	0.0090	0.004	2.431	0.015	0.002	0.016
Confianza en la Policía	-0.0075	0.004	-2.047	0.041	-0.015	-0.000
Situación económica actual del país	-0.0100	0.004	-2.713	0.007	-0.017	-0.003
Escala Izquierda-Derecha	0.0063	0.001	5.272	0.000	0.004	0.009
¿Por cuál partido votaría este domingo?_Independiente	-2.035e-14	4.67e-16	-43.550	0.000	-2.13e-14	-1.94e-14
¿Por cuál partido votaría este domingo?_MC	2.9369	0.088	33.305	0.000	2.764	3.110
¿Por cuál partido votaría este domingo?_MORENA	-5.209e-15	1.52e-16	-34.300	0.000	-5.51e-15	-4.91e-15
¿Por cuál partido votaría este domingo?_Ninguno	2.9081	0.037	78.017	0.000	2.835	2.981
¿Por cuál partido votaría este domingo?_Nulo	2.8886	0.040	72.179	0.000	2.810	2.967
¿Por cuál partido votaría este domingo?_Otro	2.8914	0.065	44.148	0.000	2.763	3.020
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PAN	2.8213	0.037	75.493	0.000	2.748	2.895
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PANAL	2.8998	0.056	51.646	0.000	2.790	3.010

Continuación tabla

	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PARM	8.014e-16	2.24e-16	3.575	0.000	3.62e-16	1.24e-15
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PAS	2.8128	0.132	21.266	0.000	2.554	3.072
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PES	2.543e-15	2.35e-16	10.839	0.000	2.08e-15	3e-15
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PRD	2.8699	0.038	75.730	0.000	2.796	2.944
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PRI	2.9210	0.037	78.595	0.000	2.848	2.994
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PSD	3.069e-15	1.21e-16	25.423	0.000	2.83e-15	3.31e-15
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PT	2.9834	0.051	58.841	0.000	2.884	3.083
¿Por cuál partido votaría este domingo?_PVEM	2.9044	0.047	61.254	0.000	2.811	2.997
Problema más importante en el país_Corrupción	3.1165	0.038	81.789	0.000	3.042	3.191
Problema más importante en el país_Crisis Política	3.1180	0.038	81.621	0.000	3.043	3.193
Problema más importante en el país_Delincuencia	3.1453	0.037	84.263	0.000	3.072	3.218

Continuación tabla

			coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
Problema más im- portante en el país_Derechos Hu- manos			3.2078	0.088	36.338	0.000	3.035	3.381
Problema más im- portante en el país_Desempleo			3.1413	0.037	83.866	0.000	3.068	3.215
Problema más im- portante en el país_Discriminación			3.1520	0.069	45.741	0.000	3.017	3.287
Problema más im- portante en el país_Economía			3.1804	0.038	84.720	0.000	3.107	3.254
Problema más im- portante en el país_Educación			3.1548	0.041	77.540	0.000	3.075	3.235
Problema más impor- tante en el país_Falta Oportunidades			3.1832	0.097	32.790	0.000	2.993	3.373
Problema más im- portante en el país_Inestabilidad Empleo			3.1740	0.045	71.288	0.000	3.087	3.261
Problema más im- portante en el país_Inflación			3.1325	0.041	76.632	0.000	3.052	3.213

Continuación tabla

			coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
Problema más im- portante en el país_Injusticia Social			3.1308	0.038	82.071	0.000	3.056	3.206
Problema más impor- tante en el país_Medio Ambiente			3.1872	0.047	68.393	0.000	3.096	3.279
Problema más im- portante en el país_Narcotráfico			3.1433	0.039	80.339	0.000	3.067	3.220
Problema más im- portante en el país_Ninguno			3.1401	0.054	58.218	0.000	3.034	3.246
Problema más impor- tante en el país_Otros			3.0486	0.042	72.006	0.000	2.966	3.132
Problema más im- portante en el país_Problemas Li- mítrofes			3.0512	0.119	25.589	0.000	2.818	3.285
Problema más im- portante en el país_Problemas energé- ticos			3.3079	0.256	12.906	0.000	2.806	3.810
Problema más impor- tante en el país_Salud			3.1140	0.054	57.398	0.000	3.008	3.220
Problema más im- portante en el país_Servicios Bási- cos			3.1184	0.044	71.240	0.000	3.033	3.204

Continuación tabla

			coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
Problema más im- portante en el país_Violencia			3.1661	0.044	71.616	0.000	3.079	3.253
Problema más im- portante en el país_Vivienda			3.0880	0.110	28.075	0.000	2.872	3.304

Fuente: Elaboración propia con base en [lat, 2017] y [fra, 2017].

Vemos que no considerar la intersección (k) provocó que nuestro R-cuadrado ajustado sea de 0.998, de tal forma que nuestro modelo sí logra explicar la variable dependiente.

Asimismo, algo que es sumamente interesante es la columna de los coeficientes. Lo que nos indica es que cuando el coeficiente es mayor a 0 pertenecer a esta categoría “aumenta” el índice de legitimidad, si es igual a 0 “no modifica” y si es menor a 0 “disminuye” el índice.

Por ejemplo, el coeficiente de la variable “Apoyo a la democracia” es de 0.0169 y el coeficiente de la variable “Aprobación de la gestión del gobierno que encabeza el Presidente” es de 0.0259. Esto nos indica que entre más apoye la gente a la democracia y más aprueben la gestión del presidente habrá mayor legitimidad de dicho actor.

En el caso de la variable “Satisfacción con el funcionamiento de la economía en el país” su coeficiente es de -0.0106, es decir, entre menor sea la satisfacción de la gente con la economía del país, menor será la legitimidad del presidente.

Con los partidos políticos podemos observar que, por ejemplo, una persona que votaría por el Partido Verde le da mayor legitimidad al presidente que una que persona que votaría por el PAN, esto porque el coeficiente del Partido Verde es de 2.9044 mientras que el del PAN es de 2.8213.

Como último ejemplo me gustaría observar el coeficiente de la variable “Confianza en el Poder Judicial” que es de 0.0090. Este coeficiente indica que entre más confianza exista en el Poder Judicial, más legitimidad tendrá el presidente.

A continuación, se muestran los resultados por año de la legitimidad del presidente:

Tabla 3.6: Legitimidad del presidente sin la constante

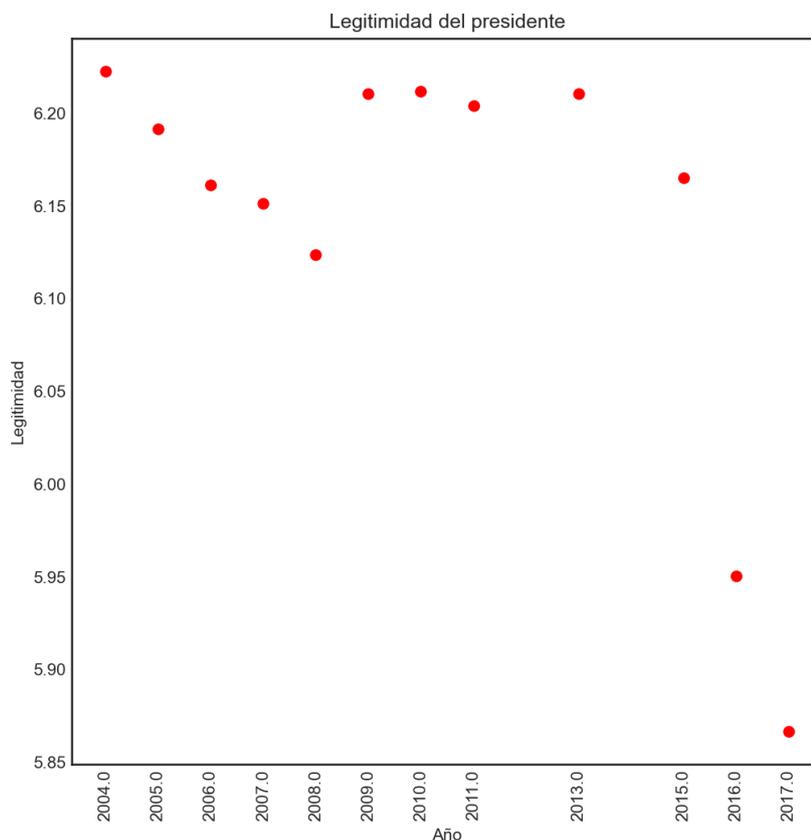
Año	Índice
2004	6.222634
2005	6.191815
2006	6.161351
2007	6.151338
2008	6.123623
2009	6.210754
2010	6.211966
2011	6.203953
2013	6.210491
2015	6.165322
2016	5.950436
2017	5.866731

Fuente: Elaboración propia con base en la regresión lineal ajustada para el modelo.

El rango para medir la legitimidad va desde cero hasta diez, donde diez es el máximo de legitimidad. Los datos se toman a partir del año 2004 ya que el Fragile State Index no cuenta con estudios en los años anteriores.

Ahora bien, observemos estos datos graficados:

Figura 3.4: Índice de legitimidad sin la constante.



La gráfica nos da un panorama sobre la legitimidad de tres presidentes de la República: Fox Quesada, Calderón Hinojosa y Peña Nieto.

En los tres años en los que podemos visualizar a Vicente Fox vemos una tendencia a la baja que provoca que para el año 2006 la legitimidad del presidente fuera de 6.161351. Por otra parte, con Felipe Calderón observamos que en el 2007 tenía una legitimidad de 6.151338, es decir, una legitimidad menor a la de Fox al final de su sexenio. Dicha situación se explica por la complejidad de la elección de 2006, en la cual, Calderón obtuvo la mínima diferencia de votos frente al segundo lugar, López Obrador.

Ahora bien, para el año 2013 la legitimidad de Enrique Peña Nieto era de 6.210491, siendo este el valor más alto durante su sexenio. En los años posteriores existe una tendencia a la baja con una caída abrupta del año 2015 al 2016. Lo que provocó que para el año 2017 tuviera una legitimidad de 5.866731, el valor más bajo de todos los años analizados.

En conclusión, este análisis nos permite asegurar que los eventos descritos en el subapartado anterior fueron modificando la percepción de los ciudadanos sobre la imagen de Peña Nieto, provocando que, a la fecha, sea el expresidente con menor grado de legitimidad que haya gobernado a partir del año 2000.

3.5 Conclusión

La Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión (2013-2014) no logra poner fin al duopolio televisivo ya que en septiembre del 2019 Televisa y TV Azteca poseían más del 75% de los canales de programación y, con base en la Unidad de Competencia Económica [Unidad de Competencia Económica, 2020], gozaban del 89.9% del porcentaje de audiencia a nivel nacional.

Además, con base en la Secretaría de la Función Pública [de la Función Pública, 2019], entre los años 2013-2018 Televisa S.A. de C.V. (Grupo) obtuvo 6,929 millones 623 mil 52 pesos, por su parte, Grupo Televisa S.A. (Corporativo) recibió 2,147 millones 649 mil 626 pesos, lo que nos da un total de 9,077 millones 272 mil 678 pesos. Por otra parte, Estudios Azteca S.A. DE C.V. percibió durante el mismo periodo un total de 5,319 millones 429 mil 304 pesos. Esto los convierte en los dos grupos mediáticos que recibieron la mayor cantidad de recursos por parte del gobierno federal durante el sexenio de Enrique Peña Nieto.

Por lo tanto, aunque Televisa y TV Azteca hayan perdido la concesión de algunos canales de programación por la reforma, el rating y los recursos obtenidos por los servicios en comunicación y publicidad oficial se mantuvieron prácticamente igual.

Lo que logró esta reforma en la industria de la radiodifusión son dos cosas: 1) que las críticas sobre la fuerza desmedida que ostentan los dueños de los medios de comunicación se apaciguaran; y 2) reafirmó la subordinación del gobierno ante este poder fáctico.

Ahora bien, aunque Enrique Peña Nieto contaba con el apoyo de los medios televisivos su legitimidad tuvo constantes caídas abruptas a lo largo del sexenio. Por ejemplo, con el caso Ayotzinapa vimos que cayó la confianza en el gobierno, con la Casa Blanca y con la invitación de Donald Trump observamos que fue a la baja la popularidad del presidente, el gasolinazo se tradujo en una fuerte desaprobación de la administración del presidente y, finalmente, los constantes escándalos de corrupción amenazaron a la democracia y sus instituciones.

Todos estos hechos nos brindaron la base para poder realizar un índice de legitimidad, el cual nos muestra que para el año 2013 la legitimidad de Enrique Peña Nieto era de 6.210491, siendo este el valor más alto durante su sexenio. En los años posteriores existe una tendencia a la baja con una caída abrupta del año 2015 al 2016. Lo que provocó que para el año 2017 tuviera una legitimidad de 5.866731, el valor más bajo de todos los años analizados.

En conclusión, durante la administración del priísta no se afectaron los intereses de los medios televisivos ya que son aliados medulares para consolidar la legitimidad de los actores políticos. Sin embargo, la naturaleza de los sucesos recopilados superó al poder de las televisoras, provocando que Enrique Peña Nieto se convirtiera en un presidente con muy bajos niveles de legitimidad.

Conclusiones

Una vez realizado el acercamiento teórico, los antecedentes del tema y el estudio de caso, me dispongo a observar si el eje medular de esta investigación se corrobora o se descarta. Dicho eje sostiene que: Enrique Peña Nieto mantuvo una estrecha relación con los grupos televisivos antes y durante su sexenio. Para disimular el vínculo con las televisoras, en el año 2013 envió al Congreso la iniciativa de reforma en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, la cual no logró derrotar al duopolio que impera en la industria. Y, a pesar de contar con el auxilio de los medios televisivos, la legitimidad del presidente tuvo caídas abruptas a lo largo del sexenio.

Primero, recordemos que las televisoras, al ser empresas con efectos ideológicos y políticos, pueden coadyuvar a configurar la percepción que tiene la población sobre un político o un partido político, a cambio de que sus intereses particulares se cumplan. Esta situación la han aprovechado los dueños de los distintos medios de comunicación para manifestarse como poderes fácticos.

Bajo esta postura, los medios de comunicación, y en específico las televisoras, deterioran los sistemas políticos democráticos en al menos tres aspectos: 1) por su incidencia en la opinión pública; 2) por su incidencia electoral; y 3) por su incidencia en el modo de gobernar.

Así, los medios de comunicación son el espacio principal en el que se desarrolla el proceso de comunicación política y, por lo tanto, del consenso político. Las democracias representativas se ven afectadas por la manipulación de la opinión pública por parte de los medios.

Segundo, con esto en mente, Enrique Peña Nieto comenzó a crear su imagen de político

pulcro y carismático a la par del inicio de su gobierno frente a los mexiquenses, esto con el fin de competir por la presidencia en el 2012. La exposición en los medios que tuvo el entonces gobernador era exorbitante, el uso de publicidad disfrazada de información sobre el acontecer del Estado de México se hizo presente.

Grupo Televisa y Grupo Atlacomulco lograron posicionar a Peña Nieto como el favorito para ganar la presidencia de la República desde los últimos años de su gobierno frente a los mexiquenses, tan es así que fue el único candidato a la presidencia en el proceso interno de selección del PRI.

Esta elección demuestra la fuerza que tienen los medios de comunicación en los procesos electorales, demuestra el poder que tienen los medios para influir en la opinión pública y, finalmente, demuestra que el discurso político se está deteriorando, provocando que lleguen a gobernarnos personajes que no pueden mencionar ni tres libros que marcaron su vida.

Tercero, la imagen del priista fue vinculada estrechamente con los medios televisivos, por ejemplo, una de las principales demandas del movimiento #YoSoy132 era rechazar la imposición mediática de Peña Nieto. Para apaciguar las críticas, el titular del Ejecutivo envió en el 2013 la iniciativa de reforma donde se afectaría al monopolio existente en la industria de las telecomunicaciones y el duopolio de la industria de la radiodifusión.

Sin embargo, la Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión (2013-2014) no logra poner fin al duopolio televisivo ya que, por ejemplo, en septiembre del 2019 Televisa y TV Azteca poseían más del 75% de los canales de programación y, con base en la Unidad de Competencia Económica [Unidad de Competencia Económica, 2020], gozaban del 89.9% del porcentaje de audiencia a nivel nacional.

Además, con base en la Secretaría de la Función Pública [de la Función Pública, 2019], entre los años 2013-2018 Televisa S.A. de C.V. (Grupo) obtuvo 6,929 millones 623 mil 52 pesos, por su parte, Grupo Televisa S.A. (Corporativo) recibió 2,147 millones 649 mil 626 pesos, lo que nos da un total de 9,077 millones 272 mil 678 pesos. Por otra parte, Estudios Azteca S.A. DE C.V. percibió durante el mismo periodo un total de 5,319 millones 429

mil 304 pesos. Esto los convierte en los dos grupos mediáticos que recibieron la mayor cantidad de recursos por parte del gobierno federal durante el sexenio de Enrique Peña Nieto.

Por lo tanto, aunque Televisa y TV Azteca perdieron la concesión de algunos canales de programación por la reforma, el rating y los recursos obtenidos por los servicios en comunicación y publicidad oficial se mantuvieron prácticamente igual.

Ahora bien, aunque Enrique Peña Nieto contaba con el apoyo de los medios televisivos su legitimidad tuvo constantes caídas abruptas a lo largo del sexenio. Por ejemplo, con el caso Ayotzinapa vimos que cayó la confianza en el gobierno, con la Casa Blanca y con la invitación de Donald Trump observamos que fue a la baja la popularidad del presidente, el gasolinazo se tradujo en una fuerte desaprobación de la administración del presidente y, finalmente, los constantes escándalos de corrupción amenazaron a la democracia y sus instituciones. Esto lo corrobora nuestro índice de legitimidad presentado en el??, [3.4](#).

Así pues, durante la administración del priísta no se afectaron los intereses de los medios televisivos ya que son aliados medulares para consolidar la legitimidad de los actores políticos. Sin embargo, la naturaleza de los sucesos recopilados superó al poder de las televisoras, provocando que Enrique Peña Nieto se convirtiera en un presidente con muy bajos niveles de legitimidad.

Por lo dicho hasta aquí nuestra hipótesis se corrobora, es decir, Enrique Peña Nieto sí mantuvo una estrecha relación con los grupos televisivos antes y durante su sexenio, intentó disimular su vínculo a través de la Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión, pero esta no tuvo efectos adversos para el duopolio ya que necesitaba mantenerlas como sus aliadas. Empero, aunque contaba con el apoyo de estos moldeadores de la opinión pública, la legitimidad del presidente sufrió constantes caídas abruptas.

Bibliografía

- [DOF, 2013] (2013). Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones:11 de junio de 2013. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5301941&fecha=11/06/2013. Fecha de consulta: 2021-07-28.
- [lat, 2017] (2017). Latinobarómetro: banco de datos (2000-2017). <https://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>. Fecha de consulta: 2021-09-25.
- [fra, 2017] (2017). The Fund for Peace: fragile state index (2004-2017). <https://fragilestatesindex.org/country-data/>. Fecha de consulta: 2021-09-25.
- [Alarcón et al., 2012] Alarcón, V., Becerra, P., Cuna, E., Emmerich, G., Escamilla, A., and González, M. (2012). *Elecciones 2012. Evaluación e implicaciones políticas*. México: UAM-I.
- [Arteaga and Muciño, 2014] Arteaga, R. and Muciño, F. (25 de diciembre de 2014). La historia no contada de ayotzinapa y las normales rurales. *Forbes México*. Recuperado el 2 de septiembre de 2021 en: <https://www.forbes.com.mx/la-historia-no-contada-de-ayotzinapa-y-las-normales-rurales/>.
- [Berrocal et al., 2003] Berrocal, S., Abad, L., and Cebrián, E. (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel.
- [Bobbio, 1986] Bobbio, N. (1986). *El futuro de la democracia, México*. México: FCE.
- [Botero, 2006] Botero, L. (2006). Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos. *Anagramas: Rumbos y Sentidos de la comunicación*, 5(9):13-28.
- [Cabrera et al., 2014] Cabrera, R., Lizárraga, D., Huerta, I., and Barragán, S. (9 de noviembre de 2014). La historia no contada de ayotzinapa y las normales rurales. *Aristegui*

- Noticias*. Recuperado el 6 de septiembre de 2021 en: <https://aristeguinoticias.com/0911/mexico/la-casa-blanca-de-enrique-pena-nieto/>.
- [Carpizo, 1986] Carpizo, J. (1986). *El presidencialismo mexicano*. México: Siglo XXI.
- [Carpizo and Madrazo, 2014] Carpizo, J. and Madrazo, J. (2014). Propuesta de una tipología del presidencialismo latinoamericano. *Cátedra nacional de derecho Jorge Carpizo. Reflexiones constitucionales, Ciudad de México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas*. Recuperado en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/8/3634/3.pdf>.
- [Castells, 1999] Castells, M. (1999). *El poder de la identidad. La era de la información*. Madrid: Alianza Editorial.
- [Castells, 2009] Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- [Corasaniti and Ahmed, 2016] Corasaniti, N. and Ahmed, A. (31 de agosto de 2016). Tras un año de burlarse de México, Donald Trump visita hoy el país. *The New York Times*. Recuperado el 6 de septiembre de 2021 en: <https://www.nytimes.com/es/2016/08/31/espanol/america-latina/tras-un-ano-de-burlarse-de-mexico-donald-trump-visita-hoy-el-pais.html>.
- [Córdova, 1972] Córdova, A. (1972). *La formación del poder político en México*. México: Ediciones Era.
- [Cotteret and Aizcorbe, 1977] Cotteret, J. M. and Aizcorbe, C. A. S. (1977). *La comunicación política: gobernantes y gobernados*. Argentina: El Ateneo.
- [Crespo, 2005] Crespo, J. (2005). Del absolutismo presidencial al presidencialismo débil. *Globalización, poderes y seguridad nacional, Aziz y Sánchez (coord.), "Globalización, poderes y seguridad nacional"*. México: Miguel Ángel Porrúa, pages 147-176.
- [Crespo, 2019] Crespo, J. (2019). *Elecciones y democracia*. México: INE.
- [Crespo, 2013] Crespo, J. A. (2013). ¿por qué retornó el pri al poder? *Tla-melaua: revista de ciencias sociales*, 7(35):6-17.

- [Cruz and Toribio, 2009] Cruz, F. and Toribio, J. (2009). *Negocios de familia*. México: Temas de hoy.
- [Dahl, 1999] Dahl, R. (1999). *La democracia*. México: Taurus.
- [Dargent, 2010] Dargent, E. (2010). Los poderes de facto y el estado:¿ desafío a la democracia en américa latina? *Ponencia presentada en el Seminario Internacional Los Desafíos de la Democracia en América Latina, junio. Perú, Instituto de Estudios Peruanos*.
- [de Diputados, 2013] de Diputados, C. (2013). *Proceso Legislativo – Decreto 76, LXII Legislatura*. Recuperado en: http://www.diputados.gob.mx/sedia/biblio/prog_leg/076_DOF_11jun13.pdf.
- [de la Función Pública, 2019] de la Función Pública, S. (2019). *Concepto 3600 “Servicios de Comunicación Social y Publicidad” y Partida 33605 Información en medios masivos derivada de la operación y administración de las dependencias y entidades*.
- [Dresser, 2011] Dresser, D. (2011). *El país de uno*. México: Aguilar.
- [Edelman and Piatigorsky, 1991] Edelman, M. and Piatigorsky, J. (1991). *La construcción del espectáculo político*, volume 74. Buenos Aires: Manantial.
- [Escamilla, 2014] Escamilla, A. (2014). La elección presidencial y la actuación del poder ejecutivo. *Becerra, P., Laroosa, M. y Santiago, J. (coords.), “Elecciones y partidos políticos en México, 2012”*. México: Editorial Universtitaria UDG, pages 73-88.
- [Escamilla and Martínez, 2014] Escamilla, A. and Martínez, J. (2014). El proceso electoral de 2012 y la movilización estudiantil en México. el fenómeno #yosoyj32. *Pensamiento Universitario*. Buenos Aires, 16(16):7-20.
- [Fernández, 2009] Fernández, F. (2009). La ‘ley televisa’: la culminación de un poder fáctico. *Esteinou, J. y Alva, A. (coords.) “La “ley Televisa” y la lucha por el poder en México”*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.
- [Fernández, 2016] Fernández, J. (2016). La democracia como forma de gobierno. *México: Cuadernos de divulgación de la Cultura Democrática*.

- [Flores and Chávez, 2018] Flores, Z. and Chávez, V. (3 de octubre de 2018). El litro de gasolina subió más de 8 pesos durante el gobierno de Peña Nieto. *El Financiero*. Recuperado el 8 de septiembre de 2021 en: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/el-litro-de-gasolina-subio-8-4-pesos-en-gobierno-de-pena-nieto-shcp/>.
- [Gil, 2020] Gil, R. (23 de septiembre de 2020). ¿qué pasó con los 43 normalistas de Ayotzinapa el 26 de septiembre de 2014? *El Financiero*. Recuperado el 6 de septiembre de 2021 en: <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/que-paso-con-los-43-normalistas-de-ayotzinapa-el-26-de-septiembre-de-2014/>.
- [González, 2019] González, J. (2019). *Medios de comunicación: ¿al servicio de quién?* España: Icaria.
- [IFE/UNAM, 2012] IFE/UNAM (2012). *Monitoreo de Espacios Noticiosos en Radio y Televisión Campaña Electoral para Presidente de la República 2011?-2012*. México: UNAM. Recuperado en: https://monitoreo2012.ine.mx/reportes/BaseCreacionGraficasEstaticas/presidente/data/periodo/2012-03-30_al_2012-06-27/documentos/Reporte_Presidente_del_2012-03-30_al_2012-06-27.pdf.
- [Illades, 2016] Illades, E. (1 de septiembre de 2016). Sobre la visita de Donald Trump a México. *Nexos*. Recuperado el 6 de septiembre de 2021 en: <https://www.nexos.com.mx/?p=29529>.
- [Merino, 2003] Merino, M. (2003). *La transición votada. Crítica a la interpretación del cambio político en México*. México: FCE.
- [Molina, 2018] Molina, A. (22 de noviembre de 2018). Sexenio de Peña Nieto cierra con una aprobación de 24%. *El Economista*. Recuperado el 1 de septiembre de 2021 en: <https://www.economista.com.mx/politica/Sexenio-de-Pena-Nieto-cierra-con-una-aprobacion-de-24-20181122-0182.html>.
- [Mora, 2011] Mora, M. (2011). *Introducción a las bases metodológicas de la Ciencia Política*. México: Plaza y Valdés Editores.

- [Nieto, 2014] Nieto, C. P. E. P. (6 de octubre de 2014). Mensaje a medios del presidente Peña Nieto sobre Iguala, Guerrero [video]. *YouTube*. Recuperado en: <https://www.youtube.com/watch?v=TMhTsPEKZWI>.
- [Nohlen, 1991] Nohlen, D. (1991). Presidencialismo "versus" parlamentarismo en América Latina. *Revista de Estudios Políticos*, (74):43-54.
- [Olivier and Tamayo, 2015] Olivier, G. and Tamayo, S. (2015). Tensiones políticas en el proceso de movilización-desmovilización: El movimiento #YoSoy132. *Iztapalapa. Revista de ciencias sociales y humanidades*, 36(79):131-170.
- [Orozco and Zovatto, 2008] Orozco, J. and Zovatto, D. (2008). Alcance de los poderes presidenciales en los países latinoamericanos. *UNAM e IDEA Internacional México*. Recuperado en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2748/7.pdf>.
- [Paullier, 2015] Paullier, J. (21 de agosto de 2015). México: exculpan a Peña Nieto por el caso "Casa Blanca". *BBC Mundo*. Recuperado el 6 de septiembre de 2021 en: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/08/150821_mexico_investigacion_conflicto_interes_pena_nieto_casa_jp.
- [Paullier, 2017] Paullier, J. (5 de enero de 2017). ¿Por qué hay un "gasolinazo" en México pese a la expectativa de que bajarían los precios con la reforma energética? *BBC Mundo*. Recuperado el 8 de septiembre de 2021 en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-38514442>.
- [Popper, 1996] Popper, K. (1996). Licencia para hacer televisión. *Nexos*, 220:25-29.
- [Querales, 2013] Querales, N. (2013). Democracia, representación política y elitismo. Una aproximación sociológica a las ideas de Peter Bachrach. *Politeia*, 36(50):27-57. Recuperado en: <https://www.redalyc.org/pdf/1700/170035853002.pdf>.
- [Redacción, 2014] Redacción (2014). A dos meses de la desaparición de los normalistas de Ayotzinapa. *Excelsior*. Recuperado el 2 de septiembre de 2021 en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2014/11/26/994430>.

- [Redacción, 2019] Redacción (3 de abril de 2019). Gobierno de epn gastó 60 mil 237 millones en publicidad oficial: Ana cristina ruelas. *Aristegui Noticias*. Recuperado el 1 de septiembre de 2021 en: <https://aristeguinoicias.com/0304/multimedia/gobierno-de-epn-gasto-60-mil-237-millones-en-publicidad-oficial-ana-cristina-ruela>
- [Centro de Capacitación Judicial Electoral, 2005] Centro de Capacitación Judicial Electoral (2005). *Sistemas electorales y de partidos. Manual del participante*. México: TEPJF.
- [Rivera, 2014] Rivera, R. (2014). De la red a las calles: # yosoy132 y la búsqueda de un imaginario político alternativo. *Argumentos (México)*, 27(75):59-76.
- [Roldán et al., 2020] Roldán, N., Ureste, M., and Ángel, A. (20 de agosto de 2020). Epn y videgaray planearon la estafa maestra para enriquecerse, asegura lozoya. *Animal Político*. Recuperado el 8 de septiembre de 2021 en: <https://www.animalpolitico.com/2020/08/lozoya-estafa-maestra-planeada-epn-videgaray-para-enriquecerse/>.
- [Ruelas and Dupuy, 2013] Ruelas, A. and Dupuy, J. (2013). El costo de la legitimidad. el uso de la publicidad oficial en las entidades federativas. *Fundar*, (19), pages 9-100. Recuperado en: <https://www.fundar.org.mx/mexico/pdf/POCostodelegitimidad.pdf>.
- [Sartori, 1993] Sartori, G. (1993). *¿Qué es la democracia?* México: Editorial Patria.
- [Sartori, 2005] Sartori, G. (2005). *Partidos y sistemas de partidos: marco para un análisis*. Madrid: Alianza Editorial.
- [Sartori, 2015] Sartori, G. (2015). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. México: Debolsillo.
- [Somuano, 2020] Somuano, M. (2020). Los determinantes de la legitimidad gubernamental: el sexenio de Enrique Peña Nieto. *Foro internacional*, 60(2):367-396.
- [Sosa, 2016] Sosa, G. (2016). Los grupos de poder mediático ante el cambio institucional: la reforma en telecomunicaciones (2013-2015). *Estudios políticos (México)*, (39):91-119.

- [Sánchez, 2009] Sánchez, E. (2009). Poderes fácticos y gobernabilidad autoritaria. la 'ley televisa' como estudio de caso. *Esteinou, Javier y Alma Rosa Alva de la Selva (coords.) "La "ley Televisa" y la lucha por el poder en México". México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.*
- [Tarrow, 1997] Tarrow, S. (1997). *El poder en movimiento*. Madrid: Alianza Editorial.
- [Tavera, 2000] Tavera, L. (2000). Movimientos sociales. *Baca, L. et. al., "Léxico de la política. México", Fondo de Cultura Económica/FLACSO/SEPCONACYT/Heinrich Boll.*
- [Trejo, 2001] Trejo, R. (2001). *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*. México: Cal y Arena.
- [Trejo, 2013] Trejo, R. (2013). Poderes fácticos, problemas drásticos. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 58(217):223-232.
- [Unidad de Competencia Económica, 2020] Unidad de Competencia Económica (2020). *Estudio de diagnóstico del Servicio de Televisión Radiodifundida en México*. México: Instituto Federal de Telecomunicaciones. Recuperado en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/competencia-economica/estudiodiagnosticodelserviciodetelevisionradiodifundida-resumenejecutivo.pdf>.
- [Valdés, 2010] Valdés, M. (2010). El sistema político y los medios electrónicos en México. *Gimate-Welsh, A. y Castro Martínez, P. (coords.), "Sistema político mexicano, ayer y hoy. Continuidades y rupturas". México: Miguel Angel Porrúa, Librero-Editor y Senado de la República, LXI Legislatura*, pages 519-562.
- [Valdés, 2016] Valdés, M. (2016). Reforma a telecomunicaciones y radiodifusión en México: la perspectiva de la asociación mexicana del derecho a la información. *Tla-melaua*, 9(39):188-212.
- [Valdés, 2016] Valdés, L. (2016). *Sistemas electorales y de partidos*. México: INE.
- [Vallès, 2007] Vallès, J. (2007). *Ciencia política. Una introducción*. España: Ariel.

- [Vicenteño, 2014] Vicenteño, D. (5 de noviembre de 2014). Caen los abarca; ya no aguantaba la presión: exalcalde de iguala. *Excelsior*. Recuperado el 2 de septiembre de 2021 en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2014/11/05/990486>.
- [Villamil, 2012a] Villamil, J. (2012a). *Peña Nieto: el gran montaje*. México: Grijalbo.
- [Villamil, 2012b] Villamil, J. (2012b). Televisa y la imposición de peña nieto. *Proceso*. Recuperado el 2 de agosto de 2021 en: <https://www.proceso.com.mx/reportajes/2012/7/2/televisa-la-imposicion-de-pena-nieto-105066.html>.
- [Villarreal, 2015] Villarreal, J. (2015). La élite priista mexiquense: el estado del arte actual. *Apuntes Electorales: revista del instituto electoral del estado de México*, 14(52):9-48.