



México Interdisciplinario / Interdisciplinary Mexico

ISSN 2193-9756



## XX. CORRUPCIÓN EN MÉXICO EN EL SIGLO XXI

2021/2, año 10, n° 20, 115 pp.

Editor: **Javier Ferrer Calle**

DOI: 10.23692/iMex.20

---

### La Casa Blanca de México en Twitter: de la catarsis lúdica a la movilización social

(pp. 98-115; DOI: 10.23692/iMex.20.7)

**Eva Salgado Andrade**

(Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social)

#### **Abstract:**

The aim of this paper is to analyze the role of Twitter as a space to denounce corruption, specially that involving networks of complicity between public and private sectors. To do this, contents referring to the White House of former Mexican President Enrique Peña Nieto (2012-2018) are explored. The *corpus* includes trending topics of key dates between November 2014 and March 2015, as well as tweets and memes with the most interactions. Results show that intense activity on Twitter, although at first was encouraged by humour and lead to misogynistic and discriminatory discourses, specially in internet memes, turned itself into far more than a ludical and ephemeral cathartic discourse, and joined a digital mobilization that, far beyond the denounce of corruption, expressed other social grievances and defended freedom of expression in the face of attempts to censure the media, in such a way that this corruption event had devastating consequences for the ongoing government.

**Key words:** Twitter, digital mobilizations, scandal, Peña Nieto, corruption



Licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-SA 4.0)

Website:

[www.imex-revista.com](http://www.imex-revista.com)

Editores iMex:

Vittoria Borsò, Frank Leinen, Guido Rings, Yasmin Temelli

Redacción iMex:

Hans Bouchard, Bianca Morales García, Ana Cecilia Santos, Stephen Trinder

## **La Casa Blanca de México en Twitter: de la catarsis lúdica a la movilización social**

**Eva Salgado Andrade**

**(Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social)**

### **1. La corrupción y el poder en México**

A lo largo de la historia de México, las estrategias diseñadas para combatir la corrupción parecen no haber rendido los frutos esperados, pues estamos lejos de acabar con este conjunto de prácticas, que implican una constante merma a los recursos públicos para beneficio de grupos reducidos. Paradójicamente, la anticorrupción es un inagotable filón discursivo para abanderar planes de gobierno, campañas electorales, creación de organismos o de aparatos legislativos.

Las causas de este fracaso son complejas e implican reflexionar sobre problemáticas y circunstancias nacionales o globales. Entre muchos otros factores, cabe referirse a la forma en que la corrupción tiende a ser normalizada como algo inevitable, y hasta necesario, en el ejercicio del poder. Basta referir un típico ejemplo del refranero cotidiano en México, "Un político pobre es un pobre político", el cual evidencia que, para la población en general, el enriquecimiento de los políticos era y aún sigue visto como resultado del éxito de un funcionario público y no como la oprobiosa exhibición de la forma en que se lucra con el dinero público. Otro ejemplo, aún más extremo, al provenir de quien entonces era presidente en funciones, lo encontramos en declaraciones de Enrique Peña Nieto, protagonista del escándalo de la Casa Blanca,<sup>1</sup> y que en diversas ocasiones se pronunció por considerar a la corrupción como algo concomitante a la cultura mexicana; así ocurrió en un evento que tuvo lugar en septiembre de 2014 ante más de 300 líderes industriales, y donde declaró "Estoy convencido de que el problema que tenemos para enfrentar la corrupción parte, primero, de reconocer que es una debilidad de orden cultural"(Redacción Animal Político 2014).

No parece casualidad que estas declaraciones públicas sobre la naturaleza de la corrupción provengan de quien, en teoría, tenía la responsabilidad de combatirla. En un trabajo colectivo publicado hace dos décadas, para historiar la corrupción en México, Lomnitz planteaba que definir la corrupción implica determinar los contextos o instituciones que "facilitan que un

---

<sup>1</sup> El 9 de noviembre de 2014, *Aristegui Noticias* difundió un trabajo de investigación en torno a la irregular adquisición, por parte del presidente, de una lujosa casa valuada en siete millones de dólares, ubicada en la exclusiva zona de Las Lomas en la Ciudad de México, véase Redacción Aristegui Noticias (2014). No deja de sorprender que más de un año atrás (mayo de 2013), su esposa, Angélica Rivera, había sido entrevistada por la revista *Hola* precisamente en dicha mansión, sin que entonces se hubiera generado mayor revuelo.

servidor público rompa leyes para su propio beneficio" (Lomnitz 2000: 16); añadía que para estudiar la corrupción se requiere describir cuidadosamente los cambios en las técnicas de la corrupción y sus nexos con el poder.

Las causas de la corrupción van más allá de una falta de ética de los funcionarios públicos. Diversos autores coinciden en que la adopción de políticas neoliberales se han traducido en el aumento del saqueo y malversación de recursos públicos.<sup>2</sup> Los procesos de privatización, desregulación y liberalización, lejos de propiciar una más eficiente asignación de recursos, han contaminado los sistemas políticos y económicos con nuevas coaliciones distributivas y redes de complicidad y opacidad, a partir de las cuales la corrupción ha proliferado.<sup>3</sup> Así, "individuos formados en la ideología empresarial, cuyo objetivo principal es la ganancia, el lucro y la plusvalía provocaron que la corrupción aumentara en el sector público" (Bautista 2018: 57). La corrupción no es privativa de sistemas económicos regidos por lógicas neoliberales, sino que es una problemática relevante de la vida política en casi cualquier país, como puede advertirse ante el despliegue de acciones políticas anticorrupción, el aumento en el periodismo de investigación, o el incremento de acciones globales para vigilar sus efectos.<sup>4</sup>

Al formular un modelo para comprender, desde la economía política, tanto la corrupción legal como la ilegal, Kaufmann y Vicente (2011) refieren que, entre sus diversas formas, existe la de alto nivel, que va más allá que una simple noción de soborno, y corresponde a un patrón donde los políticos tienen conexiones estrechas con el sector privado y todos explotan esa conexión para beneficio mutuo. Si bien existe la posibilidad de que esta corrupción genere insurrección entre la población, en muchos países la penalización puede limitarse a adoptar formas pacíficas, tales como una mala reputación del funcionario corrupto, revocación de elecciones o sanciones efectivas del sistema legal.

Por otra parte, diversos programas de combate a la corrupción<sup>5</sup> en México han transitado por un camino caracterizado por la confusión y la incertidumbre generadas ante el alud de estrategias, ya sea formar comisiones, crear instituciones, pronunciar acuerdos, promulgar leyes, diseñar sistemas o adoptar compromisos, que suelen pasar desapercibidos, ser poco eficaces y desaparecer para ser remplazados por otros nuevos. Estamos ante un claro ejemplo

---

<sup>2</sup> Véase, entre otros, Bautista (2018), Kang (2002), Stephen (2002) y Rojas Villagra (2015).

<sup>3</sup> Véase Sandoval Ballesteros (2012).

<sup>4</sup> Véase Holmes (2006).

<sup>5</sup> Por ejemplo la conformación, en el año 2000, de la Comisión Intersecretarial para la Transparencia y el Combate a la Corrupción, que dio lugar, un año después al Programa Nacional para la Transparencia y el Combate a la Corrupción; la extinción, en el 2009, de la Secretaría de la Función Pública para dar paso a una Contraloría General de la República, o la propuesta, en el 2012, de la Comisión Nacional Anticorrupción, derivada de la firma del Pacto por México (véase Camacho Pérez / Muñoz Rivero Manrique 2021: 158-160).

de cómo en este ámbito, al igual que en otros de la vida política en México, opera la lógica difusa (*fuzzy logic*):

La vida política y cultural mexicana se ha construido con una fuzzycidad maestra, ya sea usada de un modo manipulador o para alcanzar una mayor percepción. La fuzzycidad es tanto un recurso cultural de México como también su problema, pero en ambos casos la lógica difusa (*fuzzy logic*) es igualmente invaluable como una herramienta (Coronado / Hodge 2004: 51).

Como veremos al examinar el conjunto de hechos que rodearon el escándalo de la Casa Blanca de Enrique Peña Nieto, la *fuzzycidad*, como se describe arriba, se convirtió en un elemento importante para la puesta en marcha de la semiótica de la corrupción, como califican Hodge et al (2018) al conjunto de estrategias discursivas, frecuentemente contradictorias, donde corrupción y anticorrupción parecen tener una relación funcional, encaminada a mantener la primera.

En el año 2012, pese a varias irregularidades en el proceso electoral, tales como la compra y coacción de votos, la opacidad en el gasto público en publicidad gubernamental, la falta de transparencia de las casas encuestadoras,<sup>6</sup> Enrique Peña Nieto, candidato del PRI (Partido Revolucionario Institucional), obtuvo el triunfo en la contienda por la presidencia de México, con lo cual su partido retornó al poder que había ocupado de 1929 a 2000. A su llegada, tenía entre sus retos recuperar la gastada imagen presidencial, debilitada por el cuestionable desempeño de los dos presidentes panistas que le antecedieron,<sup>7</sup> así como convencer a la opinión pública de que el PRI había vuelto como un partido renovado y dispuesto a afrontar grandes retos, tales como asegurar los consensos políticos que permitieran dar curso a varias polémicas reformas estructurales que no habían prosperado en los gobiernos de sus antecesores.

Entre sus primeros actos de gobierno, Peña Nieto suscribió, con el apoyo de los tres partidos más importantes entonces en México (PRI, PAN y PRD), el Pacto por México, que incorporaba acuerdos para aprobar las reformas educativa, de telecomunicaciones, hacendaria y en materia energética. Entre estos acuerdos figuraba uno destinado expresamente a lograr la transparencia, rendición de cuentas y combate a la corrupción. Siguiendo una estrategia frecuente en el sistema político mexicano de desechar lo ya existente para remplazarlo por algo supuestamente más

---

<sup>6</sup> López Noriega (2014) analiza la impugnación realizada a las elecciones presidenciales a partir del recurso interpuesto por la coalición Movimiento Progresista, ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), cuyos anexos incluyen las pruebas presentadas para documentar las irregularidades; si bien la denuncia fue desechada por diversas causales de nulidad (estrictamente desde el aspecto jurídico). Frente a ello, el autor señala la necesidad de un mejor andamiaje electoral capaz de ofrecer justificaciones constitucionales a los temas que giraron en torno a la impugnación.

<sup>7</sup> En el año 2000, el candidato del PAN, Vicente Fox, triunfó en las elecciones, y fue sucedido por otro panista, Felipe Calderón (2006-2012), en un periodo de alternancia cada vez más cuestionable, en vista de las alianzas que PAN y PRI han establecido en distintos procesos electorales.

eficaz, se anunció la creación de una Comisión Nacional Anticorrupción, además de comisiones específicas en las entidades federativas, así como la derogación de la Secretaría de la Función Pública, que habría de ser remplazada por la recién creada comisión. Los meses transcurrieron sin que se aclarara cómo funcionarían los diversos organismos, si bien las alusiones gubernamentales a las tareas anticorrupción eran frecuentes. Así, recurriendo a estrategias confusas se pretendía generar la percepción de un compromiso por parte del gobierno para hacer frente a la corrupción, cuando en realidad ésta permanecía tan acendrada como siempre, como se haría evidente al darse a conocer el escándalo de la Casa Blanca.

Además de la indignación que despertó la posesión, por parte del presidente, de un inmueble tan costoso, el tema resultó aún más delicado al difundirse que la operación se había realizado con el Grupo Higa, empresa que había hecho contratos con el Estado de México durante la época en que Peña Nieto fungió como gobernador de aquella entidad. Ante ello, y durante los meses y años siguientes, se desplegaron diversas acciones para intentar minimizar el desprestigio que esto implicaba sobre la figura presidencial. No obstante, hubo un elemento cuyos efectos resultó imposible controlar: la movilización social digital desplegada cuando medios periodísticos dieron a conocer el escándalo, así como para pronunciarse en contra de los intentos de censura en contra de la libertad de expresión.

## **2. Twitter y las movilizaciones sociodigitales**

En el curso de poco más de una década y media, a lo largo del mundo entero, redes como Twitter, Facebook, YouTube o WhatsApp se han convertido en espacios propios para el debate colectivo, la denuncia de injusticias o los llamados a la movilización. Como señala Carr, estas plataformas "han dotado a la gente de una manera nueva y convincente de socializar y mantenerse en contacto" (Carr 2011: 196). En *Comunicación y poder*, Castells las concibe como estructuras complejas que garantizan unidad de propósitos y flexibilidad en su ejecución, en virtud de su capacidad de constante autoconfiguración.<sup>8</sup>

Si bien Twitter no es una de las redes más empleadas por los usuarios, destaca con respecto a otras por su importancia para definir la agenda mediática y política, así como por la presencia cada vez más familiar de los tuiteros en distintas movilizaciones sociales. Creada en 2006 para la comunicación entre familiares y amigos, su potencial para permitir que amplios grupos de usuarios tuvieran un canal para entablar conversaciones en común, y que éstas fueran visibles para cualquiera, ha tenido un profundo impacto en el mundo entero, al convertirse en un

---

<sup>8</sup> Véase Castells (2010: 46).

innovador medio de comunicación, eficaz para diseminar en instantes una noticia alrededor del mundo, viralizar contenidos, comercializar productos, apoyar tareas educativas o de capacitación, fungir como herramienta de comunicación ciudadana en diversos movimientos sociales, y abrir espacios de discusión y denuncia.<sup>9</sup> Uno de sus primeros momentos memorables fue, en 2008, cuando el triunfo de Barack Obama en las elecciones presidenciales de Estados Unidos se atribuyó en buena medida al potencial desplegado por Twitter para que el candidato se comunicara directamente con sus electores.<sup>10</sup> Asimismo, entre 2009 y 2011, Facebook y Twitter cobraron notoriedad por el papel que se les atribuyó en el derrocamiento de dictadores en países de Medio Oriente.

En México, el primer episodio político relevante de Twitter se dio con el movimiento #YoSoy132, que se hizo célebre en el mundo entero al hacer públicos los entramados de un sistema electoral fincado en la connivencia del poder con varios medios de comunicación y en la compra de votos. Si bien la movilización ciudadana de entonces no impidió el retorno del PRI, los tuiteros de México habían mostrado su interés por explotar el potencial aún insuficiente, pero progresivo, de las redes sociales para contribuir, junto con otros actores políticos, a la vida democrática.<sup>11</sup>

En noviembre de 2014, apenas unos días antes de hacerse público el escándalo de la Casa Blanca, otra participación épica de los tuiteros en la escena política se dio en el marco de las protestas por la polémica actuación del gobierno federal para esclarecer la desaparición de los 43 jóvenes desaparecidos en Ayotzinapa, Guerrero, cuando #YaMeCansé y sus sucedáneos (#YaMeCansé2 y #YaMeCansé3),<sup>12</sup> creados para contrarrestar los mensajes de bots que pretendían acallar la protesta, ascendían en el *trending topic* mundial y se convirtieron en los hashtags de denuncia más activos hasta entonces en la historia de Twitter en México.<sup>13</sup> Otro episodio relevante se dio en el marco de la solidaridad y participación ciudadana para intentar paliar los efectos del devastador terremoto del 19 de septiembre de 2017,<sup>14</sup> cuando el hashtag #Verificado19S permitió organizar las diversas tareas de ayuda entre la población. Por último, los tuiteros tuvieron una destacada participación en la jornada electoral de 2018; de hecho, en el discurso que dio al hacerse públicos los resultados, el candidato ganador, Andrés Manuel

---

<sup>9</sup> Véase Salgado Andrade (2015).

<sup>10</sup> Véase Solop (2010: 45).

<sup>11</sup> Véase Salgado Andrade (2013).

<sup>12</sup> Este hashtag retomaba las palabras con las que el entonces procurador Jesús Murillo Karam finalizaba violentamente una conferencia de prensa en la que daba a conocer una inverosímil "verdad histórica" para esclarecer la desaparición.

<sup>13</sup> Véase Suárez-Serrato et al. (2016).

<sup>14</sup> Véase Salgado Andrade (2018).

López Obrador, expresó su agradecimiento a "las benditas redes sociales" (López Obrador 2018).<sup>15</sup>

Para comprender las causas y las consecuencias de la fuerza política de esta red, es interesante retomar reflexiones de Michel Maffesoli, a propósito de las diferentes facetas del 'estar-juntos comunitario', es decir, una expresión de la política, donde las congregaciones se constituyen para hacer frente al poder.

Hay momentos donde esta potencia subterránea anuncia muy en alto su fuerza y mueve todo lo que está a su paso. Se trata de un mar de fondo que puede tener modulaciones harto diferentes [...]; en todos los casos ella afirma con fuerza la pertenencia comunitaria y la irreprimible dinámica de un nosotros funcional (Maffesoli 2004: 45).

Si a la potencia subterránea a la que alude Maffesoli le añadimos el potencial de las redes sociodigitales, se comprende por qué el ciberactivismo, hacktivismo u otras formas con las que se denomina a las movilizaciones digitales se tornan cada vez más comunes, sobre todo en Twitter. Desde luego, el sistema político no ha permanecido ajeno frente al potencial de estas convocatorias, por lo cual se han desplegado formas de control sobre los códigos que rigen su funcionamiento: interferencias, monitoreos, creciente mercantilización o conversaciones digitales protagonizadas por bots o usuarios automatizados.<sup>16</sup>

Frente a ello, hay que reflexionar que una intensa actividad en Twitter no necesariamente va asociada a su eficacia como estrategia política, ni basta para considerarla por sí sola una movilización. La existencia de tecnologías capaces de una difusión rápida y amplia de la información requiere de otros factores capaces de generar reacciones en cadena y efectos en cascada; debe haber otros procesos sociales subyacentes al flujo de la información que alienten a las usuarios de redes para sumarse a los debates colectivos y, probablemente, transformarlos o sumarse a otras expresiones de una acción colectiva.<sup>17</sup> Exploremos a continuación la forma en que Twitter reaccionó frente al escándalo de corrupción de la Casa Blanca.

---

<sup>15</sup> Si bien no se refirió expresamente a Twitter, pues también tenía intensa actividad en Facebook, es innegable el papel de la primera en el proceso electoral del 2018.

<sup>16</sup> Véase Salgado Andrade (2017: 468).

<sup>17</sup> Véase González-Bailón / Wang (2016: 103).

### 3. La metodología para la conformación y exploración de un *corpus* digital

El análisis de los discursos que circulan en redes sociodigitales implica, entre otros retos, enfrentarse a acervos amplios y complejos. Se plantea aquí el dilema de recurrir a *softwares* automatizados capaces de abarcar y cuantificar todo lo que circula en estas redes, o bien buscar mecanismos para construir acervos y *corpus* más manejables. Miller et al. proponen que lo importante con cualquier red no consiste en pensar que se trata de una plataforma, quién la posee, o cuántos tuits se producen, sino que tiene más sentido pensar en los contenidos que se transmiten, los géneros que introducen, las diferencias regionales y las consecuencias sociales y emocionales para sus usuarios.<sup>18</sup> Por ello, y como una primera vía para construir un *corpus* de análisis atendimos a dos de las características más relevantes en los códigos de funcionamiento de esta red: el uso de hashtags y la posibilidad de contar con registros de las interacciones que generan los mensajes, ya sea por medio de comentarios o retuits.

En el primer caso, conviene tener presente que la lista de *trending topics*, que hace visibles los hashtags más populares, es un elemento que llevó a Twitter a convertirse en una de las redes más eficaces para la movilización colectiva, al permitir que cada usuario transite simbólicamente por un mismo canal que los demás, y tenga así oportunidad no sólo de identificar los temas que atraen la atención de una comunidad específica, sino también participar en ella. Por otra parte, el retuit, además de facilitar la participación de los usuarios en una conversación (pues basta con dar un click para retuitear un mensaje) contribuye a la viralización de mensajes, al tiempo que allana la labor del analista al permitirle contar con un registro del impacto numérico de cualquier mensaje; los retuits y los hashtags son herramientas que dan mayor visibilidad a los tuits e impiden que se pierdan en un mar de cronologías.<sup>19</sup>

A partir de lo anterior, el primer paso consistió en hacer una reconstrucción cronológica del caso, para identificar los momentos más relevantes en relación con la actividad generada en redes. Se seleccionaron cuatro episodios clave: 1) el 9 de noviembre de 2014 al difundirse la investigación realizada por *Aristegui Noticias*; 2) el 18 de noviembre de 2014, por la noche, cuando la entonces esposa del presidente difundió en Youtube un video para aclarar que ella era la propietaria del inmueble; 3) el 3 de febrero de 2015 cuando Peña Nieto reavivó la casi extinta Secretaría de la Función Pública y puso al frente de ella a Virgilio Andrade, asignándole como primera tarea investigar a fondo el asunto de la Casa Blanca, y 4) el 15 de marzo de 2015, cuando la empresa MVS rescindió el contrato a la periodista Carmen Aristegui, hecho que, para la opinión pública, fue una represalia por difundir la investigación. Con base en este listado, se

---

<sup>18</sup> Véase Miller et al (2016: 1).

<sup>19</sup> Véase Potts / Jones (2011: 342s.).



revisó la plataforma *trendinalia*<sup>20</sup> que permite la consulta de archivos, clasificados por país así como por algunas ciudades principales, de las listas de hashtags de los *trending topics*, en orden descendente a partir del tiempo que permanecieron como tendencia.<sup>21</sup> Se recopilaron los hashtags que estuvieron en los primeros 20 lugares del *tt*<sup>22</sup>, durante el día inicial y dos posteriores de cada noticia, y se seleccionaron los que se referían al episodio de la Casa Blanca y sus secuelas.

Como muestra la tabla 1, con este procedimiento, se identificaron 22 hashtags. Por sí sola, esta recopilación inicial ofrece hallazgos interesantes, no sólo por lo que muestra, sino también por lo que está ausente. Hay que aclarar que la lista no se genera de forma automática, sino que intervienen diversos algoritmos para dar preferencia a temas o tendencias nuevas (o que al menos no hubieran sido mencionados en días previos); de igual forma, las intervenciones en la red pueden impedir que algún hashtag aparezca en los *tt*, o que esto ocurra sólo por periodos breves y no queden registrados en la lista de *tt* para cada día. En este sentido, lo primero en llamar la atención es que en los días 9 al 11 de noviembre sólo tres hashtags, de un total de 60 revisados, aludían a la Casa Blanca, patrón que se repitió en el tercer episodio del *corpus*, cuando Peña Nieto dio instrucciones públicas a Virgilio Andrade para investigar el caso.

---

<sup>20</sup> Esta red permite la consulta de los hashtags registrados entre los 30 primeros lugares del *trending topic* diario en algunos países y ciudades de América. Dado que la página no está pensada para hacer revisiones longitudinales, o consultas a tendencias del pasado (usualmente interesan las tendencias del momento), dispone de pocas herramientas para moverse entre años, meses y fechas. La estrategia que se empleó para la consulta de hashtags fue modificar el URL, que sigue un patrón de fechas (año, mes, día); por ejemplo, para la consulta de los hashtags del 9 de noviembre de 2014, se introdujo la fecha de consulta requerida: <http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/mexico/mexico-141109.html>.

<sup>21</sup> Agradezco a Uriel Martínez Pacheco las sugerencias y el apoyo metodológico para conformar el acervo inicial.

<sup>22</sup> En adelante, *trending topics* se abreviará con *tt*.

Episodio	Trending topics y tiempo de permanencia en horas
Aristegui Noticias difunde investigación sobre Casa Blanca (09.11.14)	Angélica Rivera: 13:30 (10.11.14) y 17:00 (11.11.14) #LaCasaBlancaDeEPN: 3:40 (10.11.14) y 3:10 (11.11.14) Peña: 2:00 (10.11.14)
Angélica Rivera transmite video en Youtube, para aclarar que ella es la propietaria del inmueble (18.11.14)	Primera Dama: 24:00 (19.11.14) y 11:50 (20.11.14) Televisa: 23:45 (19.11.14) y 5:35 (20.11.14) Las Lomas: 23:35 (19.11.14) y 3:25 (20.11.14) #CasaBlancaDeEPN: 21:00 (19.11.14) y 14:50 (20.11.14) Gaviota: 19:55 (19.11.14) y 18:25 (20.11.14) #Gaviota: 1:15 (19.11.14) Angélica Rivera: 18:30 (19.11.14) y 21:00 (20.11.14) #Angélica Rivera: 4:45 (19.11.14) Chabelo: 13:15 (19.11.14)
EPN reactiva la extinta SFP e instruye a Virgilio Andrade investigar el asunto (03.02.15)	Virgilio Andrade: 11:00 (03.02.15), 18:05 (04.02.15) y 5:40 (05.02.15) #YaSeQueNoAplauden: 9:55 (03.02.15), 20:05 (04.02.15) y 6:10 (05/02/15) Función Pública: 7:40 (03.02.15) y 6:00 (04.02.15)
Se difunde el despido de Carmen Aristegui de su espacio noticioso en MVS (15.03.15)	#EnDefensaDeAristegui2: 12:45 (15.03.15) y 23:05 (16.03.15) MVS Radio: 18:20 (16.03.15) y 5:10 (17.03.15) #TeamPeñaBot: 9:00 (16.03.15) Carmen: 4:55 (16.03.15) y 5:05 (17.03.15) Carmen Aristegui de MVS: 4:20 (16.03.15) Vargas: 4:00 (16.03.15) #EnDefensaDeAristegui3: 23:05 (17.03.15)

**Tabla 1:** *Corpus: trending topics* relacionados con el escándalo de la Casa Blanca que quedaron registrados entre los 20 primeros en México.

Entre las tendencias relacionadas con la Casa Blanca no siempre se trató de nombres o frases precedidas por el signo (#), sino que hay también menciones a nombres de personas, empresas o lugares (Angélica Rivera, Televisa o Las Lomas) que comenzaron a figurar de manera orgánica en las conversaciones, sin que hubiera alguna movilización específica que la propiciara, por ejemplo, escribir algún mensaje empleando la etiqueta #LaCasaBlancaDeEPN o #EnDefensaDeAristegui.

Son también interesantes las fluctuaciones en la duración de algunos hashtags, sobre todo comparados con otros. Por ejemplo, el 11 de noviembre de 2014, "Angélica Rivera" permaneció 17 horas en el *tt*, en tanto que #LaCasaBlancaDeEPN sólo estuvo tres horas y diez minutos. En general, en los dos primeros episodios, se advierte cómo las conversaciones en Twitter se centraron en la esposa del presidente, quien, a decir de la versión oficial de la Presidencia, era la propietaria del inmueble y, en consecuencia, quien debía dar una explicación convincente, como se intentó hacer algunos días después por medio de un video en Youtube. Se detectó también la creación de nuevas versiones de un mismo hashtag, como ocurre por medio de distintos mecanismos que buscan intervenir en el funcionamiento normal de la red. Esto ocurrió con #EnDefensaDeAristegui, que no figuró entre los primeros lugares del *tt*, como sí lo harían

#EnDefensaDeAristegui2 y #EnDefensaDeAristegui3, que se posicionaron durante casi dos días entre las principales tendencias.

Como segundo procedimiento, para tener una mirada cercana y relevante a los materiales que circularon empleando estos hashtags, se hizo una búsqueda avanzada en Twitter, para filtrar por fechas los tuits que emplearan algunos de los hashtags con mayor alcance, y que hubiesen tenido un mínimo de 100 interacciones. Con este procedimiento se construyó un *corpus* de 202 tuits, que incluye tanto mensajes de texto, links a notas periodísticas, cartones políticos, memes o varios de estos elementos combinados. A continuación presentamos los resultados de la lectura crítica de estos materiales, para la cual resultaba relevante no sólo el número de retuits, sino también se prestó atención a quién suscribía estos tuits o retuits, por ejemplo, periodistas u opinadores con gran número de seguidores, factor que contribuyó para que el debate digital en torno a la Casa Blanca se convirtiera en algo más que un episodio viral o una catarsis para quienes tuitearon o retuitearon, y se sumara a una movilización social en contra de la corrupción y las estrategias desplegadas para intentar contener sus efectos.

#### **4. Los periodistas, la Casa Blanca, los tuiteros y la libertad de expresión**

Como se advierte en el *corpus*, el reportaje difundido el 9 de noviembre de 2014 por Aristegui Noticias encontró en las redes terreno fértil. Entre los mensajes que alcanzaron más de 100 interacciones, además de los retuits del reportaje de Aristegui Noticias, en los que participaron periodistas o académicos reconocidos, como Jorge Ramos, Lydia Cacho o Jenaro Villamil, se difundían notas que aludían a la respuesta oficial de la presidencia, para aclarar que la propietaria de la mansión era la esposa, información que fue recibida con gran suspicacia por la comunidad tuitera.

Las conversaciones digitales mostraban el estupor de la ciudadanía frente a la lujosa mansión. Casi de inmediato, y como ocurre siempre que hay un tema polémico, proliferaron los memes en internet. En las diversas temáticas se mezcló la indignación por la reciente desaparición de los 43 estudiantes de Ayotzinapa (ver figura 1)<sup>23</sup> con la injusticia social que, para un país flagelado por la pobreza, representaba la adquisición de un inmueble tan valioso. Teniendo como fondo el ostentoso interior de la vivienda, dos leyendas contrastaban el oprobioso lujo con la injusticia social implícita en la cantidad ofrecida a los estudiantes de

---

<sup>23</sup> Como ocurre con los contenidos virales, en este caso memes, no siempre hay una fuente precisa, pues fueron retuiteados cientos de veces y en ocasiones no es posible identificar la fuente original. En este caso, la imagen fue localizada empleando el hashtag #LaCasaBlancaDeEPN, si bien también incluía los hashtags #YaMeCanse, #AcciónGlobalPorAyotzinapa y #Articulo39RenunciaEPN; la cuenta “original” es de un usuario identificado como “Verónica Demonía”, quien, de acuerdo con las imágenes y descripción de su perfil, se identifica como seguidora de AMLO.

Ayotzinapa para sus alimentos. Esta imagen permite ver cómo los agravios, aunque parecen esfumarse temporalmente de la esfera pública, pueden permanecer latentes en la memoria colectiva para reactivarse y dar fuerza a la indignación social.



**Figura 1:** Casa Blanca y Ayotzinapa, dos temas que despertaron la ira en redes en torno a la corrupción y la impunidad (@taller2006, 10 de noviembre 2014).

Ante el escepticismo generalizado frente a la versión oficial de Presidencia, al sostener que la propietaria del inmueble era Angélica Rivera, se puso en marcha otra estrategia, que a la larga resultaría contraproducente. El 18 de noviembre, por la noche, la propia esposa del presidente visiblemente nerviosa (según se infería por el constante parpadeo que acompañó sus palabras), difundió un video en Youtube, para aclarar que la mansión era de su propiedad y había sido adquirida con su propio patrimonio, fruto de su trabajo en Televisa. Durante los tres días siguientes, en las redes sociales, incluido Twitter, la esposa del presidente se convirtió en un personaje recurrente. "Primera Dama" se mantuvo en el primer lugar del *tt* durante 24 horas, en tanto que "Televisa" (cadena televisiva donde había prestado sus servicios como actriz) figuró 23 horas y 45 minutos como tendencia. "Las Lomas", colonia donde se ubica el inmueble, también se mantuvo como *tt* durante prácticamente todo el día.

Al revisar los 80 mensajes y memes con más interacciones, se hace evidente la complejidad de los procesos de semiosis que se generan en las conversaciones digitales, sobre todo en los memes, fenómeno expresivo que, si bien suele asociarse con un sentido humorístico, tiene usos sociales más amplios e incluso discordantes; por ejemplo, si bien han mostrado su importancia para hacer pública la denuncia social, también pueden implicar actos discriminatorios y difamaciones.<sup>24</sup> Así, varios de los mensajes retuiteaban memes donde la indignación por la Casa Blanca se combinaba con discursos racistas y excluyentes, que, al tiempo que criticaban la

<sup>24</sup> Véase Pérez Salazar (2017).

adquisición, ironizaban en torno a las situaciones de marginación de buena parte de la población, incapaz de tener una casa propia. Asimismo, se hizo patente una marcada misoginia al abordar el trabajo actoral de Angélica Rivera, con comentarios mordaces sobre las formas en que pudo haber conseguido el dinero para adquirir la mansión. Hubo también amplios debates en torno a distintos aspectos del video, para analizar con detalle las declaraciones de la Primera Dama, sus expresiones verbales, su vestimenta o su maquillaje.

Una temática muy recurrente en los memes compartidos giró en torno a la comparación entre los ingresos declarados por Rivera con los de actores y actrices de Hollywood, o por otros actores y actrices de Televisa (empresa que también fue motivo de amplia crítica). De hecho, hubo tuits publicados por actrices como Cecilia Suárez y Ana de la Reguera, cuestionando las declaraciones de Angélica Rivera, que se difundieron en forma masiva; había amplio acuerdo en la inconsistencia de sus argumentos respecto a la procedencia lícita de los recursos que pudieran justificar tan onerosa compra. Desde luego, probablemente varios de los retuiteos de mensajes y memes obedeció sólo a cumplir la función humorística, común en los discursos que circulan en redes sociodigitales.



**Figura 2:** El humor como instrumento de denuncia contra la corrupción (@Eltiotonysoy, 20 de noviembre de 2014).

Entre los diversos memes publicados, elegimos uno que reúne varios de los elementos arriba mencionados, y que permite ver cómo funciona, tanto en el lenguaje verbal como en el multimodal, el nivel pragmático, es decir, la construcción de sentidos determinados por el contexto específico de enunciación. El meme (ver figura 2) consiste en un montaje fotográfico adaptado de la imagen publicitaria de una telenovela protagonizada por Angélica Rivera en la

cadena Televisa, actuación que le valió el sobrenombre de *La gaviota*, que también figuró entre los hashtags del *tt*. Entre las modificaciones a la imagen original, el rostro del protagonista masculino es remplazado por el de Enrique Peña Nieto. El nombre de la telenovela (*Destilando amor*) fue cambiado por *Destilando corrupción*, y la fecha de lanzamiento de esta producción ficticia era el 1 de diciembre, fecha en que tradicionalmente entra en funciones el presidente de México.

La leyenda que resume la trama contiene todos los elementos que, por entonces, circulaban en la opinión pública: "Ellos solo buscan la felicidad y riqueza para sí mismos, pero la prole villana no piensa dejarlos vivir en paz". La alusión a la "prole", como la villana antagonista que caracteriza las narrativas de las telenovelas, no era una ocurrencia azarosa, y se refería a la forma en que, en otro episodio altamente mediático, Paulina Peña, hija de Peña Nieto, se refirió así a quienes criticaban a su padre.<sup>25</sup> De esta forma, un montaje aparentemente inocuo y humorístico aparece cargado de sentidos de indignación y rechazo hacia un flagrante acto de corrupción. Éste es un interesante ejemplo de los procesos de semiosis que se generan en las redes sociodigitales, al retomar recursos semióticos (signos, acciones observables, objetos) que han sido incorporados al dominio de la comunicación social y poseen un potencial semiótico como resultado de todos sus usos pasados, susceptible de ser actualizado en otro contexto social, donde se convierte en elemento de construcción de sentido para otras necesidades y circunstancias.<sup>26</sup> Así, el discurso de las redes sociodigitales va conformando una memoria colectiva constantemente alimentada con el empleo de recursos semióticos, que se convierten en un mecanismo que facilita y propicia el diálogo colectivo. En este caso, la indignación frente a la corrupción actualizaba el malestar social frente a otros episodios.

El video protagonizado por Angélica Rivera para tranquilizar a la opinión pública no contuvo la indignación social; al contrario, la alentó. Entre diciembre de 2014 y febrero de 2015, organizaciones de la sociedad civil lanzaron varias iniciativas de ley, la más comentada de las cuales fue la iniciativa ciudadana 3de3, prevista para obligar a los funcionarios no sólo a hacer públicos sus ingresos, sino también a manifestar posibles conflictos de interés, así como el pago de impuestos. Difundida ampliamente por medio de las redes sociales, esta campaña fue creciendo en intensidad y logró adhesiones entre miles de ciudadanos.

En otro intento para frenar las protestas por el escándalo de la Casa Blanca, el 3 de febrero de 2015, Peña Nieto puso de nuevo en funcionamiento a la casi extinta Secretaría de la Función

---

<sup>25</sup> El episodio tuvo lugar en diciembre de 2011, cuando Peña Nieto intentó responder sobre sus preferencias de lectura en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara.

<sup>26</sup> Véase van Leeuwen (2005: 4).

Pública, y nombró como su titular a Virgilio Andrade. Como primera misión, le instruyó investigar si hubo conflictos de interés en las operaciones de compraventa de los inmuebles, tanto por parte de su esposa como del secretario de Hacienda,<sup>27</sup> anticipándole públicamente que él siempre se condujo con apego a la ley. Asimismo, en un mensaje a los medios, Peña Nieto dio a conocer una serie de acciones anticorrupción, tales como la obligatoriedad por parte de los altos funcionarios de presentar declaraciones patrimoniales y de posibles conflictos de interés, así como la creación de una Unidad Especializada de Ética y Prevención de Conflictos de Intereses, dependiente de la Secretaría de Función Pública. Al término de este acto, ante la fría respuesta de los reporteros que atendían la sesión, pronunció la frase "Ya sé que no aplauden". Casi al instante se creó el hashtag #YaSeQueNoAplauden, que desató múltiples críticas en contra del presidente y su cada vez más cuestionable gestión e intentos por desaparecer el tema de la Casa Blanca.

Tal vez el anterior asunto, como tantos otros hechos de corrupción, se habría extinguido sin consecuencias serias para sus protagonistas, y sería recordado como un escándalo más, capaz de generar debates, conversaciones, polémicas y humor en las redes, con una función incluso catártica sin consecuencias políticas reales, que a la larga sería remplazado en la escena pública por uno nuevo, que haría olvidar al anterior. Sin embargo, en marzo de 2015, el propio sistema se dio a sí mismo el golpe de gracia cuando se informó que la cadena MVS había rescindido el contrato de la periodista Carmen Aristegui. Si bien el argumento esgrimido por la cadena noticiosa fue que dos de los periodistas del noticiero se habían unido a la plataforma Mexicoleaks, "espacio de filtraciones para exponer casos de corrupción" (Nájjar 2015), Aristegui hizo público que se trataba de un conflicto artificial; para la opinión pública no hubo duda que la verdadera causa fue la represalia por la investigación sobre la Casa Blanca.

La comunidad tuitera reaccionó airadamente. A lo largo de ese día y los siguientes, los *tt* #EnDefensaDeAristegui2, #EnDefensaDeAristegui3, MVS Radio, #TeamPeñaBot, Carmen o Carmen Aristegui de MVS poblaron la red. Al examinar los mensajes que alcanzaron más de 100 retuits se advierte que al hacerse público el despido de Carmen Aristegui,<sup>28</sup> la comunidad tuitera, en la cual participan ciudadanos comunes y corrientes, así como personajes reconocidos de la política, los medios y la vida académica, se organizó no sólo para protestar por el agravio hacia la periodista, sino también para defender la libertad de expresión y para denunciar las

---

<sup>27</sup> Casi al mismo tiempo que se difundió la investigación sobre la Casa Blanca, el equipo de periodistas daba también cuenta de la adquisición de una lujosa propiedad en Malinalco, Estado de México, por parte de Luis Videgaray, a la sazón secretario de Hacienda y Crédito Público, y funcionario muy cercano al propio presidente.

<sup>28</sup> A raíz de este conflicto, Carmen Aristegui libró una intensa batalla legal en tribunales, que a la postre fallaron a su favor, sin que hubiera acción legal en contra de Peña Nieto.

complicidades de los medios incondicionales hacia un sistema político que durante décadas había comprado su silencio.

Entre los mensajes más compartidos en redes, si bien había algunos memes humorísticos, la indignación parecía considerablemente más fuerte que el humor. Los mensajes en Twitter dieron cuenta de cómo se propiciaron diversas alianzas y solidaridades, que iban desde llamamientos en la plataforma change.org para impulsar el movimiento "CarmenSeQueda", que en un día recopiló más de 160 mil firmas; llamados para dejar de sintonizar la programación de MVS ("Unfollow masivo a MVS") o boicotear el consumo de las empresas que la patrocinaban; difundir artículos de opinión y cartones políticos que denunciaban la evidente censura; subir imágenes de tuiteros sosteniendo carteles de apoyo a la comunicadora ("Yo con Carmen" o "Todos somos Carmen"); renunciaciones masivas de colaboradores de MVS; muestras de solidaridad de otros periodistas o actores políticos, o llamados a defender la libertad de expresión. De esta forma, la indignación colectiva fue más que un simple episodio de efímera actividad viral en redes para denunciar hechos de corrupción (como frecuentemente ocurre en Twitter) y se sumó a un movimiento social en defensa de la libertad de expresión y en contra de la censura.

En los meses y años siguientes el sistema continuó desplegando acciones no sólo para acallar las críticas por la Casa Blanca, sino para seguir anunciando estrategias legales anticorrupción, que irónicamente protegían la corrupción. Así, en agosto de 2015 se hicieron públicos los resultados de la investigación encomendada a la Secretaría de la Función Pública, según la cual en la compra del inmueble no hubo conflicto de interés. Un año después, en julio de 2016, en un simbólico acto de Estado, Enrique Peña Nieto puso en marcha el Sistema Nacional Anticorrupción. Era evidente que su protagonismo en el episodio de la Casa Blanca generaría amplias dudas sobre la legitimidad de la medida, por lo cual el anuncio de la puesta en marcha de este sistema estuvo acompañado de una insólita petición de perdón al pueblo de México por los "errores de percepción" que había generado el caso.<sup>29</sup>

Lejos estaba el pueblo de perdonar a Peña Nieto o de asimilar sin cuestionar las supuestas estrategias anticorrupción. El 1 de julio de 2018, el partido del presidente, el PRI, sufrió una impactante pérdida en las elecciones presidenciales, cuando su candidato obtuvo sólo el 16% de los votos, un 63% menos de los que obtuvo seis años atrás, en tanto que el candidato de la oposición<sup>30</sup> ganó con un apabullante 53%. Tal parece que Enrique Peña Nieto y su partido no lograrían reponerse del escándalo de la Casa Blanca y los intentos para frenarlo, y que la

---

<sup>29</sup> Véase Hodge et al. (2018).

<sup>30</sup> Es importante mencionar que, desde su candidatura y en el transcurso de sus primeros dos años de gobierno, López Obrador ha enarbolado el combate a la corrupción como uno de sus principales planes de gobierno.



---

articulación del periodismo profesional con las redes sociodigitales, en contra de la corrupción y en defensa de la libertad de expresión, tendría un efecto devastador.

### **Conclusiones**

El asunto de la Casa Blanca es apenas uno entre tantos episodios de corrupción que dan cuenta de la forma en que políticos de alto rango se coluden con otros grupos para su propio beneficio, incluidos quienes hacen del combate a la corrupción una bandera política, escudados en una lógica difusa o *fuzzycidad* que impide ver con claridad que muchas de estas acciones anticorrupción no son en realidad más que una estrategia para perpetuarla. El hecho de que este episodio haya sido uno de los más devastadores para la gestión de Enrique Peña Nieto obedeció, en primer lugar, al importante papel del periodismo de investigación, que levantó la voz para dar cuenta de estos hechos irregulares, y pudo articularse con la actividad en redes sociales, que no sólo respondió en forma masiva frente a la información dada a conocer, sino que se unió en defensa de la libertad de expresión.

De esta forma, el debate colectivo fue mucho más que una respuesta viral, frecuentemente animada por expresiones de humor, discriminación, odio y misoginia (que suelen convertirse en una válvula de escape ocasional, que por sí sola no tiene un efecto político real), para sumarse a otras voces y transformarse así en un movimiento que alzó la voz en contra de la corrupción. Este escándalo no se dio de forma aislada, sino que se sumó a la indignación ya presente por las irregularidades en las investigaciones en torno a la desaparición de los 43 jóvenes de Ayotzinapa. Se pudo también advertir cómo estos episodios se sumaron a la respuesta ciudadana frente a las estrategias desplegadas por el Estado que, en el fondo, parecían encaminadas en convertir la lucha anticorrupción en una estrategia que permitiera continuar las prácticas corruptas.

Por último, se hizo evidente que la movilización digital anticorrupción, aun cuando genere gran actividad, requiere de formas de acción para tener efectos más contundentes. En efecto, pese a la crítica masiva, el descrédito y el escepticismo generalizado frente a sus alegatos de inocencia en este caso, Peña Nieto concluyó su periodo como presidente. Sin embargo, los resultados de las elecciones de julio de 2018, que dieron el triunfo a Andrés Manuel López Obrador, fueron muestra evidente del descontento de buena parte del electorado frente a la corrupción imperante en los últimos años, donde el episodio de la Casa Blanca fue paradigmático. Todo ello da cuenta de la importancia de entender las complejas relaciones que se tejen entre las redes sociodigitales, el periodismo profesional, la opinión pública y las movilizaciones colectivas al enfrentarse a la corrupción y la impunidad.

## Bibliografía

- BAUTISTA, Óscar Diego (2018): 'La desviación de la forma de gobierno en México respecto de los principios de la Constitución de 1917. Elementos de conservación y cambio frente al modelo neoliberal'. En: Óscar Diego Bautista / Lauriano E. Rodríguez Ortiz (coords.): *La lógica neoliberal y su impacto en el Estado mexicano. Un enfoque multidisciplinario*. Toluca / Tuxtla Gutiérrez: Universidad Autónoma del Estado de México / Universidad Autónoma de Chiapas, 43-60.
- CAMACHO PÉREZ, Jason Alexis / Emilio Muñoz-Rivero Manrique (2021): 'Política Nacional Anticorrupción: coordinación de políticas y retos para su implementación'. En *Estudios Políticos* 53, 145-183. <http://revistas.unam.mx/index.php/rep/article/view/79435/70174>.
- CARR, Nicholas (2011): *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* México: Taurus.
- CASTELLS, Manuel (2010): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CORONADO, Gabriela / Bob Hodge (2004): *El hipertexto multicultural en México posmoderno: paradojas e incertidumbres*. México: Miguel Ángel Porrúa / Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- GONZÁLEZ-BAILÓN, Sandra / Ning Wang (2016): 'Networked discontent: The anatomy of protest campaigns in social media'. En: *Social Networks* 44, 95-104. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378873315000659> [17.02.2021].
- HABER Stephen (2002): *Crony capitalism and Economic Growth in Latin America: Theory and Evidence*. Stanford: Hoover Institution Press.
- HODGE, Bob / Eva Salgado Andrade / Frida Villavicencio Zarza (2018): 'Semiotics of corruption: ideological complexes in Mexican politics'. En: *Social Semiotics* 29.5, 584-602.
- HOLMES, Leslie (2006): *Rotten States? Corruption, Post-Communism and Neoliberalism*. Durham / London: Duke University Press.
- KANG, David (2002): *Crony Capitalism: Corruption and Development in South Korea and the Philippines*. Cambridge: Cambridge University.
- KAUFMANN, Daniel / Pedro C. Vicente (2011): 'Legal Corruption'. En: *Economics and Politics* 23.2, 195-219.
- LOMNITZ, Claudio (2000): *Vicios públicos, virtudes privadas: la corrupción en México*. México: CIESAS / Porrúa.
- LÓPEZ NORIEGA, Saúl (2014): *Elección presidencial de 2012. Análisis de su impugnación*. México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. [https://www.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files/archivos\\_libros/Comentarios%20a%20las%20Sentencias%20No.%2065.pdf](https://www.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files/archivos_libros/Comentarios%20a%20las%20Sentencias%20No.%2065.pdf).
- LÓPEZ OBRADOR, Andrés Manuel (2018): 'Palabras AMLO con motivo del triunfo electoral del 1 de julio'. En: [lopezobrador.org.mx](http://lopezobrador.org.mx), julio 2. <https://lopezobrador.org.mx/2018/07/02/palabras-amlo-con-motivo-del-triunfo-electoral-del-1-de-julio/>.
- MAFFESOLI, Michel (2005): *La transfiguración de lo político. Tribalización del mundo posmoderno*. Barcelona: Herder.
- MILLER, Daniel / Elisabetta Costa / Nell Haynes / Tom McDonald / Razvan Nicolescu / Jolynna Sinanan / Juliano Spyer / Shriram Venkatraman / Xinyuan Wang (2016): 'What is social media?'. En: *ibid.: How the World Changed Social Media*. London: UCL Press, 1-8.

- NÁJAR, Alberto (2015): 'El escándalo que condujo al despido de la destacada periodista mexicana Carmen Aristegui'. En: *BBC*, marzo 16. [https://www.bbc.com/mundo/ultimas\\_noticias/2015/03/150315\\_ultnot\\_mexico\\_mvs\\_radio\\_de\\_spide\\_aristegui\\_az](https://www.bbc.com/mundo/ultimas_noticias/2015/03/150315_ultnot_mexico_mvs_radio_de_spide_aristegui_az).
- PÉREZ SALAZAR, Gabriel (2017): *El meme en Internet. Identidad y usos sociales*. México: Fontamara / Universidad Autónoma de Coahuila.
- POTTS, Liza / Dave Jones (2011): 'Contextualizing Experiences: Tracing the Relationships Between People and Technologies in the Social Web'. En: *Journal of Business and Technical Communication* 25.3, 338-358.
- RAMÍREZ AGUILAR, Sofía (coord.) (2020): *La corrupción como sello de gobierno. Un sexenio perdido para México*. México: Mexicanos contra la corrupción y la impunidad.
- REDACCIÓN ANIMAL POLÍTICO (2014): "'La corrupción es un asunto cultural': Peña Nieto". En: *Animal Político*, septiembre 9. <https://www.animalpolitico.com/2014/09/la-corrupcion-es-un-asunto-cultural-pena-nieto/>.
- REDACCIÓN ARISTEGUI NOTICIAS (2014): 'La Casa Blanca de Enrique Peña Nieto (investigación especial)'. En: *Aristegui Noticias*, noviembre 9. <https://aristeguinoticias.com/0911/mexico/la-casa-blanca-de-enrique-pena-nieto/>.
- ROJAS VILLAGRA, Luis (ed.) (2015): *Neoliberalismo en América Latina. Crisis tendencias y alternativas*. Asunción: CLACSO / BASE / Fundación Rosa Luxemburgo. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20151203044203/Neoliberalismo.pdf>.
- SALGADO ANDRADE, Eva (2018): 'Del #SimulacroCDMX al #MéxicoNosNecesita:19S en Twitter'. En: *Revista Mexicana de Sociología* 80, número especial, 121-147.
- SALGADO ANDRADE, Eva (2017): 'Los tuiteros frente al poder'. En: Laura Hernández Ruiz / Eva Salgado Andrade (eds.): *Estudios del discurso en México. Nuevas prácticas, nuevos enfoques*. México: UNAM, 455-471.
- SALGADO ANDRADE, Eva (2015): '¿Twitter se despolitiza? Una exploración a los *trending topics* en México'. En: *Discurso & Sociedad* 9.4, 469-491. <http://www.dissoc.org/ediciones/v09n04/DS9%284%29Salgado.pdf>.
- SALGADO ANDRADE, Eva (2013): 'Twitter en la campaña electoral de 2012'. En: *Desacatos* 42, 217-232. <https://desacatos.ciesas.edu.mx/index.php/Desacatos/article/view/78/13>.
- SANDOVAL BALLESTEROS, Irma Eréndira (2012): 'Neoliberalismo y enfoques estructurales de la corrupción: el caso del rescate bancario en México'. En: *derecom* 10 [Nueva Época], 27-47.
- SOLOP, Frederic I. (2010): "'RT@BarackObama We just made history": Twitter and the 2008 Presidential Election'. En: John Allen Hendricks / Robert E. Denton Jr. (eds.): *Communicator-in-Chief. How Barack Obama Used New Media Technology to Win the White House*. Plymouth: Lexington Books.
- SUAREZ-SERRATO, Pablo / Margaret E. Roberts / Clayton Davis / Filippo Menczer (2016): 'On the Influence of Social Bots in Online Protests: Preliminary Findings of a Mexican Case Study'. En: Emma Spiro / Yong-Yeol Ahn (eds.): *Social Informatics. 8th International Conference, SocInfo 2016 [...]. Proceedings, Part II*. Cham: Springer, 269-278.
- VAN LEEUWEN, Theo (2005): *Introducing Social Semiotics*. London / New York: Routledge.