



ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN EN JALISCO, 2015

MAGDALENA SOFÍA PALÁU CARDONA
COORDINADORA



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

ISBN PENDIENTE
ISBN de la colección 978-607-7808-95-4

COORDINACIÓN GENERAL
María Magdalena Sofía Paláu Cardona

Diseño original: Danilo Design
Diseño de portada: Ricardo Romo
Diagramación: Eduardo Cruz

La información contenida en este informe puede ser reproducida total o parcialmente, siempre y cuando se respete y cite la autoría de todos los que colaboraron en la construcción de este texto. Además, se solicita que en caso de utilizarlo se informe a su editor al siguiente correo electrónico: quid@iteso.mx

Primera edición, Guadalajara, 2016
DR © Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)
Periférico Sur Manuel Gómez Morán 8585, Col. ITESO
Tlaquepaque, Jalisco, México, CP 45604
www.publicaciones.iteso.mx

ISBN PENDIENTE
ISBN de la colección 978-607-7808-95-4

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

Índice

PRESENTACIÓN / Graciela Bernal Loaiza y Madgalena Sofía Paláu Cardona	9
--	----------

I. EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LAS ELECCIONES LOCALES

CAMBIOS EN EL SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE JALISCO EN LA COYUNTURA ELECTORAL 2015 / Sergio René de Dios Corona y Stephanie Montserrat Ibarra Palafox	23
--	-----------

EQUIDAD Y PROFUNDIDAD EN LA COBERTURA MEDIÁTICA: EL TRABAJO DE LOS PERIÓDICOS DE GUADALAJARA DURANTE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE 2015 / Iván González Vega	51
---	-----------

EL IDEARIO POLÍTICO EN TREINTA SEGUNDOS. ANÁLISIS DISCURSIVO DE LOS SPOTS DE LOS CANDIDATOS A LA ALCALDÍA DE GUADALAJARA / Bernardo Masini Aguilera, María Bayardo Parra, Gloria Llamas Figueroa y Ana Rosa Marmolejo Cervantes	63
---	-----------

LA PUBLICACIÓN DE ENCUESTAS ELECTORALES EN LOS DIARIOS IMPRESOS LOCALES / Ana Vicencio Huerta	113
NI TODOS PUEDEN NI TODOS QUIEREN PARTICIPAR. USO Y EXPLOTACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA MATERIAL DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA INTERNET DURANTE EL PROCESO ELECTORAL GUADALAJARA 2015 / Juan S. Larrosa-Fuentes	139
EL DEBATE DE LOS DEBATES ELECTORALES EN TWITTER DURANTE LAS CAMPAÑAS A PRESIDENTE MUNICIPAL DE GUADALAJARA 2015 / Juan S. Larrosa-Fuentes	163
LA AUDIENCIA TAPATÍA EN TIEMPOS ELECTORALES: CONSUMO MEDIÁTICO Y PERCEPCIONES SOBRE LAS CAMPAÑAS / Yasodhara Silva Medina y Magdalena Sofía Paláu Cardona	189

II. ANÁLISIS POLÍTICO DEL PROCESO ELECTORAL LOCAL DE 2015

UN ESFUERZO CUESTA ARRIBA: CANDIDATURAS Y CANDIDATOS INDEPENDIENTES / Jorge A. Narro Monroy	217
SPOTS PUBLICITARIOS Y PROPUESTAS ECONÓMICAS PARA GUADALAJARA: LAS CAMPAÑAS DE 2015 / Luis Ignacio Román Morales	233

LAS AVENTURAS DE “PAPÁ LEONEL”, IMPUNE VIOLADOR DE LA LEY / Pedro Mellado	253
ANÁLISIS DE LAS ELECCIONES EN JALISCO DEL AÑO 2015 / Jorge Rocha	265
ACERCA DE LOS AUTORES	285
CONSEJO EDITORIAL	291
Q ITESO, ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS. MISIÓN Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS	295

El debate de los debates electorales en Twitter durante las campañas a presidente municipal de Guadalajara 2015

JUAN S. LARROSA-FUENTES

En términos normativos y según la teoría de la democracia deliberativa los sistemas de comunicación política de las sociedades contemporáneas deben fungir como una serie de mecanismos que cumplan con tres tareas fundamentales: que los ciudadanos puedan estar informados sobre asuntos de relevancia pública, que tengan la posibilidad de comunicarse entre ellos para deliberar sobre estos asuntos, y que puedan discernir cuáles son los problemas colectivos de su comunidad y adoptar las mejores estrategias para solucionarlos (Althaus, 2012, p. 105). Por lo tanto, el modelo de comunicación política deliberativa tiene sus bases en las funciones y los poderes epistémicos del discurso y la negociación, y no en la toma de decisiones racionales (*rational choice*) o en un *ethos* político como lo proponen otras teorías (Habermas, 2006, p. 413). Este artículo parte de la teoría de la democracia deliberativa para analizar dos mecanismos de comunicación que confluyeron a lo largo de las campañas políticas a presidente del municipio de Guadalajara (México) en 2015: los debates entre los candidatos de la contienda electoral, así como el uso que algunos ciudadanos hicieron de Twitter para debatir acerca del debate.

Los debates electorales son un mecanismo comunicativo de operación reciente en la historia del sistema

de comunicación política mexicano: en 1994 ocurrió el primer debate público entre los contendientes a la presidencia de la República; en 2006 los candidatos al gobierno del estado de Jalisco debatieron por primera vez ante las cámaras de televisión, y fue hasta 2015 cuando los aspirantes a distintos municipios de la zona metropolitana de Guadalajara accedieron a participar en esta clase de ejercicios deliberativos. Por otro lado, el uso de la Internet y de las redes sociales virtuales comenzó a desarrollarse de forma intensiva en las elecciones intermedias de 2009 (Cuna Pérez & Pérez Cristino, 2010) y fue hasta las elecciones de 2012 cuando plataformas como Facebook, Twitter y YouTube cobraron una mayor relevancia en las campañas electorales mexicanas (v.g. Larrosa-Fuentes & Paláu Cardona, 2013).

Los debates electorales y las redes sociales virtuales fueron mecanismos comunicativos que operaron simultáneamente en distintos momentos de las campañas electorales en el municipio de Guadalajara durante el primer semestre de 2015. Los candidatos participaron en debates públicos, mientras que las élites políticas y ciudadanos utilizaron Twitter para difundir ideas sobre los debates y para discutir sobre temas de interés público.¹ Al igual que en otros procesos electorales del mundo (Mascaro & Goggins, 2012; Pedersen *et al.*, 2014), los debates se convirtieron en “eventos mediáticos híbridos” (Chadwick, 2011 en Freelon & Karpf, 2015), pues algunos ciudadanos no solo se dedicaron a ver los debates a través de la televisión o la Internet —como ocurre en un evento mediático tradicio-

1. Las élites políticas están compuestas por funcionarios y servidores públicos, candidatos a puestos de elección popular y periodistas, entre otros individuos.

nal—, sino que muchos de ellos también utilizaron Twitter como una forma de participación activa en el sistema de comunicación política.

A partir de la teoría de la democracia deliberativa, este artículo presenta los resultados de un análisis de usuarios de Twitter y los mensajes que emitieron durante tres debates electorales entre los candidatos a la presidencia municipal de Guadalajara. En la primera sección del artículo se presentan algunos puntos teóricos importantes sobre los sistemas de comunicación política, la democracia deliberativa, así como de la teoría de redes. En la segunda sección se presentan los resultados de un análisis de redes y de contenido a los mensajes que circularon en Twitter durante los debates municipales. La última sección contiene las conclusiones del artículo. En general, los resultados indican que Twitter está muy lejos de ser una plataforma en donde ocurran deliberaciones públicas extensivas e incluyentes.

TEORÍA Y MÉTODO

Todos los individuos que integran una sociedad forman parte de un sistema de comunicación política general, que a su vez puede estar integrado por distintos subsistemas comunicativos. Esto ha sido cierto, históricamente, en cualquier sociedad, desde la más elemental, hasta la más compleja, así como en cualquier tipo de régimen político. Si un individuo, por cualquier razón, queda *completamente* excluido de todo el sistema de comunicación política y sus subsistemas, luego entonces, el individuo, al estar incomunicado, también deja de formar parte de la organización social en general.

Ahora bien, no todos los individuos pueden hacer uso de los sistemas de comunicación política de la misma forma. La posibilidad de utilizar el sistema de comunicación política varía según el poder de cada individuo. El poder se define como la capacidad que un individuo tiene de influir en la operación del sistema. El poder de cada individuo está determinado por factores económicos, políticos, sociales, culturales, semióticos, entre otros. Por ejemplo, aunque idealmente en una sociedad democrática todos los individuos deben tener la posibilidad de participar en el sistema de comunicación política, en el capítulo anterior de este informe demostramos cómo es que un individuo puede quedar excluido de participar en el (sub)sistema de comunicación política en la Internet debido a la falta de recursos económicos para comprar un teléfono inteligente o una tableta que le permita conectarse a la red comunicativa. Estas diferencias y desigualdades indican que cada individuo vive, experimenta y utiliza de forma diferente y desigual los sistemas de comunicación política.

El balance en el uso del poder en los sistemas de comunicación depende de la forma en la que está organizada políticamente una sociedad. En términos teóricos y normativos, quienes proponen la democracia deliberativa sugieren que el sistema político debe garantizar que *todos* los ciudadanos tengan la posibilidad de ser parte de *todo* el sistema de comunicación política y sus subsistemas. Por otro lado, en las democracias deliberativas los individuos deben mostrarse interesados en utilizar los sistemas de comunicación para dialogar públicamente entre sí, identificar problemas sociales comunes, idear la mejor forma para solucionarlos y organizarse colectivamente para operar las soluciones (Habermas, 2006).

Los desarrollos de la Internet y de la Web 2.0 a finales del siglo XX crearon muchas expectativas para el fortalecimiento de la democracia deliberativa. Estas tecnologías fueron diseñadas bajo una arquitectura comunicativa en red, la cual permite una gran interactividad entre los participantes, la colaboración y el trabajo desde lugares remotos, así como el desarrollo de inteligencias colectivas. Quienes celebran los nuevos desarrollos tecnológicos sostienen que la Web 2.0 tiene el potencial de transformar la comunicación política, pues la arquitectura comunicativa favorece las relaciones descentralizadas y horizontales. En este marco, Twitter ha sido considerada una herramienta que permite ejercer la democracia deliberativa. Esta plataforma es una red comunicativa pública en donde la mayoría de las interacciones son transparentes. En esta plataforma todos los individuos que cuentan con la infraestructura y los recursos económicos suficientes para contratar un servicio de Internet pueden participar en conversaciones, sin importar si son élites políticas o ciudadanos comunes y corrientes.

A lo largo de las elecciones a presidente municipal de Guadalajara en 2015,² distintas instituciones, públicas y privadas, organizaron debates entre los contendientes a la alcaldía de Guadalajara, los cuales fueron transmitidos por radio, televisión o la Internet. Durante los debates Twitter fue un espacio para la difusión y —a veces— discusión de ideas políticas. En este contexto, la presente investiga-

2. Guadalajara es un municipio en donde se concentran la capital y los poderes políticos del estado de Jalisco. Este municipio tiene una población de 1'495,189 habitantes, de los cuales 1'243,951 pueden ejercer su derecho a votar (IEPCJ, 2013). Las campañas electorales se llevaron del 5 de abril al 3 de junio de 2015.

ción indagó sobre los diálogos públicos que ocurrieron en Twitter durante y después de tres debates electorales en el marco de las campañas para elegir a un nuevo presidente municipal de Guadalajara.³ Las preguntas que guiaron esta investigación son las siguientes: ¿Quiénes fueron los individuos que participaron en el sistema de comunicación política en Twitter durante los debates electorales? ¿Qué clase de individuos fueron los que tuvieron una mayor participación e influencia durante las interacciones en Twitter? ¿Cuál fue la frecuencia en las interacciones dialógicas entre los individuos que participaron en el sistema de comunicación política en Twitter durante los debates electorales?

Para llevar a cabo esta investigación se recolectaron todas las interacciones que ocurrieron en Twitter durante tres debates electorales. Tres horas después de haber finalizado cada uno de los debates se descargaron las interacciones que ocurrieron bajo las etiquetas que los organizadores del debate utilizaron para emitir mensajes en Twitter. La recolección de información fue realizada por Lourdes María Acosta Hermosillo y Miguel Ángel Manzano Chávez, a través del programa NodeXL. Los tuits recolectados fueron sometidos a análisis de redes y de contenido. El primer análisis, el de redes, consistió en identificar a los veinte usuarios de Twitter que presentaron los grados de intermedialidad más altos. Según la

3. Esta investigación da continuidad a una línea de investigación que el observatorio de medios QITESO ha trabajado desde sus orígenes: el desarrollo de diálogos públicos en los distintos sistemas de comunicación de Guadalajara (Acosta García, Larrosa-Fuentes & Paláu Cardona, 2014; Duarte & Larrosa-Fuentes, 2013; Larrosa-Fuentes, 2012, 2014).

teoría de redes, el grado de intermedialidad (*betweenness centrality*, en inglés) resulta del cálculo de las veces que un nodo (en este caso un usuario de Twitter), funciona como el puente más corto con otros nodos (Hansen, Shneiderman & Smith, 2010, p. 150). El grado de intermedialidad lo calculamos a través del programa NodeXL y constituyó una forma de medir la influencia de cada uno de los individuos que participaron en los debates en Twitter.

El segundo tipo de análisis fue de contenido. Para ello calculamos los veinte usuarios que más tuits emitieron durante los debates y los clasificamos según tres tipologías. En la primera se clasifica el tipo de usuario como individual (cuentas personales) o colectivo (cuentas de empresas, entidades de gobierno, medios de comunicación u organizaciones). La segunda clasificación indica el tipo de usuario individual (candidato, integrante del equipo del candidato, funcionario público, militante, periodista, académico, activista, robot y usuario común y corriente)⁴ o colectivo (equipo del candidato, empresa, institución pública, partido político, medio de comunicación, organización civil, movimiento social, universidad). Después clasificamos los mensajes según el tipo de interacción que

4. Sobre esta clasificación apareció una dificultad teórica aún no resuelta. Esta tiene que ver con la distinción entre un ciudadano y un usuario de Twitter. ¿Cómo podemos distinguir a un ciudadano común y corriente en Twitter? ¿Quién es ciudadano y quién no lo es? ¿Los ciudadanos son solamente aquellos que pueden votar, es decir, personas mayores de 18 años y con credencial de votar, o todos los habitantes de un territorio? En cualquiera de los dos casos, ¿cómo distinguir estas características en Twitter? Hasta ahora no hemos encontrado una respuesta, pues a través de una cuenta de Twitter es muy difícil saber, prácticamente imposible, si un usuario es un ciudadano (mexicano o mexicana, de cierta edad y con ciertos derechos políticos). Por ello, decidimos que todas aquellas cuentas que no pudieran ser clasificadas según nuestra tipología fueran clasificadas como usuarios.

presentaron (tuits, retuits, menciones y favoritos). En total analizamos tres debates: dos organizados por medios de comunicación y uno por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco. A continuación se presentan los resultados más importantes.

LOS DEBATES DEL DEBATE EN TWITTER

El primer debate que analizamos fue el de *Notisistema*, una cadena radiofónica de arraigo y tradición en la ciudad de Guadalajara. El debate fue llevado a cabo el 4 de mayo de 2015 de las 9:15 a las 11 de la mañana. El ejercicio fue transmitido por *Radio Metrópoli* (1150 de AM), así como a través del portal de la Internet de esta cadena radiofónica. En este debate participaron Alfonso Petersen, Ricardo Villanueva y Enrique Alfaro. Al terminar el debate descargamos todos los tuits que circularon en Twitter con las etiquetas #DebateGDL y #DebateNotisistema. En total encontramos 7,738 mensajes, los cuales fueron emitidos por 1,100 cuentas de Twitter, lo que promedia 7.03 mensajes por cuenta.

Según el grado de intermedialidad, dos de los candidatos presentaron la influencia más alta durante el debate. Enrique Alfaro y Ricardo Villanueva aparecieron en los primeros dos puestos, y Alfonso Petersen en el lugar diecisiete (véase la tabla 6.1). Del total de cuentas, cinco fueron usuarios colectivos (Canal 44 de la Universidad de Guadalajara, IEPCJ, Radio Metrópoli, el equipo de trabajo de Enrique Alfaro y el Partido Acción Nacional), y el resto fueron usuarios individuales, entre ellos dos periodistas (José Luis Galindo y Enrique Toussaint) y un militante. El resto fueron usuarios de Twitter. Como una observación importante: las cuentas clasificadas como “usuarios” no

TABLA 6.1 ESCALAFÓN DE LOS VEINTE USUARIOS CON MAYOR GRADO DE INTERMEDIALIDAD (DEBATE NOTISISTEMA)

Cuenta	Grado de intermedialidad	Tipo de usuario 1	Tipo de usuario 2
1. enriquealfaror	5992138.597	Individual	Candidato
2. rvillanueva1	5594720.083	Individual	Candidato
3. jlgalindo1	2248855.651	Individual	Periodista
4. canal44tv	924227.363	Colectivo	Medio de comunicación
5. iepcjalisco	610796.979	Colectivo	Institución pública
6. metropoli1150	595527.265	Colectivo	Medio de comunicación
7. luis_gdl	488379.006	Individual	Usuario
8. reziznews	421857.130	Individual	Usuario
9. ada_lso	415834.863	Individual	Usuario
10. salvadorcaro	386757.696	Individual	Equipo candidato
11. educarvajala	383936.965	Individual	Activista
12. alfarol40	303119.180	Colectivo	Partido Político
13. lobogeek	269806.364	Individual	Usuario
14. panjaloficial	263048.432	Colectivo	Partido Político
15. lamas_al	260859.169	Individual	Equipo candidato
16. gerrycv	239916.532	Individual	Militante
17. alfonsoetersen	200384.396	Individual	Candidato
18. happymood_	193256.498	Individual	Usuario
19. eftoussaint	185905.791	Individual	Periodista

Fuente: Elaboración propia. QIIESO, 2015.

tienen el nombre completo del usuario, por otro lado, todas las cuentas, excepto la @lobogeek, tienen como fotografía de perfil una caricatura o un retrato en el que su cara está cubierta. Es decir, las cuentas operan bajo una identidad más o menos anónima.

En la tabla 6.2 se presentan los usuarios de Twitter que más tuits emitieron durante el debate. En total estos usuarios emitieron 1,716 tuits, que representan 22% del total

de mensajes que circularon bajo las etiquetas estudiadas. Es notable que las cuentas de los candidatos no aparecen en esta lista, lo que se explica porque los candidatos difícilmente podrían estar debatiendo y tuiteando al mismo tiempo. En los primeros lugares de esta lista, en los puestos tres y cuatro, aparecen las cuentas de los equipos de Enrique Alfaro y Ricardo Villanueva. Lo más notable de esta tabla es que entre las veinte cuentas que más mensajes emitieron, más de la mitad (11) fueron cuentas automatizadas o robots. La mayoría de estas cuentas publicaron los mismos mensajes, todas fueron creadas en diciembre de 2011 o marzo de 2012, pertenecían a usuarios de ambos sexos y entre los 25 y 35 años de edad. Al momento de escribir este capítulo —agosto de 2015— las cuentas seguían operando, de forma automatizada, emitiendo los mismos mensajes. El autor guarda evidencias de todas estas descripciones.

El tercer análisis de este debate es el tipo de interacción que existió según las prácticas comunicativas que permite Twitter. Del total de los mensajes que circularon bajo las etiquetas #DebateGDL y #DebateNotisistema, que fueron 7,736, identificamos que 6,437 fueron retuits (83%), 835 fueron menciones (11%), 153 fueron respuestas directas (2%) y 311 fueron tuits (4%).

El segundo caudal de tuits que analizamos fue organizado a partir de un debate promovido por *Mural*, un periódico del Grupo Reforma. El debate fue realizado en las instalaciones del medio de comunicación el martes 6 de mayo de 2015. En el ejercicio político, que fue transmitido a través del portal www.mural.com, participaron tres candidatos: Alfonso Petersen, Ricardo Villanueva y Enrique Alfaro. Al terminar el debate descargamos todos los tuits que circularon en Twitter con la etiqueta #DebateMural.

TABLA 6.2 ESCALAFÓN DE LOS VEINTE USUARIOS QUE MÁS TUI TS EMITIERON (DEBATE NOTISISTEMA)

Usuario	Número de tui ts	Tipo de usuario 1	Tipo de usuario 2	Debate
1. reziznews	410	Individual	Robot	Notisistema
2. diedragonzalezf	278	Individual	Militante	Notisistema
3. alfarol40	101	Colectiva	Equipo candidato	Notisistema
4. villanuevanews_	78	Colectiva	Equipo candidato	Notisistema
5. movciudadanojal	77	Colectiva	Partido político	Notisistema
6. alemen789	69	Individual	Usuario	Notisistema
7. marcaraveo	60	Individual	Usuario	Notisistema
8. powersuprime	58	Individual	Periodista	Notisistema
9. luis_gdl	57	Individual	Activista	Notisistema
10. salomonpetro	48	Individual	Robot	Notisistema
11. trinochemin	48	Individual	Robot	Notisistema
12. segiodominguez	48	Individual	Robot	Notisistema
13. teresilla65	48	Individual	Robot	Notisistema
14. magaritap44	48	Individual	Robot	Notisistema
15. ritosakur	48	Individual	Robot	Notisistema
16. juanradamel	48	Individual	Robot	Notisistema
17. jared_resendiz	48	Individual	Militante	Notisistema
18. fernandocerv	48	Individual	Robot	Notisistema
19. hectormarcarian	48	Individual	Robot	Notisistema
20. bladimirmendo	48	Individual	Robot	Notisistema

Fuente: Elaboración propia. Q ITESO, 2015.

En total se descargaron 11,602 mensajes (casi cuatro mil más que en el de *Notisistema*), los cuales fueron emitidos por 1,677 usuarios de Twitter, lo que promedia 6.9 mensajes por cuenta.

El grado de intermedialidad de la red de mensajes que se formó en Twitter en el debate organizado por *Mural* es similar al que presentó el debate en *Notisistema* (véase la

tabla 6.3). Enrique Alfaro y Ricardo Villanueva ocuparon las primeras posiciones, además la cuenta del medio de comunicación que organizó el debate (@muralcom). Una diferencia es que Alfonso Petersen adquirió una mayor influencia, pues pasó del lugar 17 al 5. Otra diferencia es que en este entramado de mensajes también participaron candidatos a otras alcaldías como Pablo Lemus (candidato a la alcaldía de Zapopan por parte de Movimiento Ciudadano) y Salvador Rizo (candidato a la alcaldía de Zapopan por parte del Partido Revolucionario Institucional), quienes desarrollaron un alto grado de intermedialidad. En total hubo seis cuentas colectivas que tuvieron influencia en este proceso comunicativo y el resto fueron cuentas individuales. También es importante destacar que la mayor parte de las cuentas pertenecen a élites políticas (16) contra cuatro cuentas de usuarios de Twitter.

En la tabla 6.4 se presentan los usuarios de Twitter que más mensajes emitieron durante el debate. En total estos usuarios produjeron 1,654 tuits, que representan 14.2% del total de mensajes que circularon bajo la etiqueta #DebateMural. Al igual que en el ejercicio anterior, entre las cuentas que enviaron mayor número de mensajes estuvieron las de los equipos de los candidatos. Además, en este debate aparecieron cuentas de partidos políticos y medios de comunicación. Es notorio que el número de robots disminuyó en este ejercicio político.

En cuanto al tipo de interacción generado en este ejercicio, encontramos que de los 11,602 tuits publicados durante este ejercicio comunicativo 10,098 fueron retuits (87%), 966 fueron menciones a otras cuentas de Twitter (8%), 197 fueron respuestas directas a un usuario (2%) y 311 fueron tuits emitidos unidireccionalmente (3%).

TABLA 6.3 ESCALAFÓN DE LOS VEINTE USUARIOS CON MAYOR GRADO DE INTERMEDIALIDAD (DEBATE MURAL)

Cuenta	Grado de intermedialidad	Tipo de usuario 1	Tipo de usuario 2
1. enriquealfaror	1001088.468	Individual	Candidato
2. muralcom	699179.666	Colectivo	Medio de comunicación
3. rvillanueval	677855.398	Individual	Candidato
4. pablolemusn	278060.222	Individual	Candidato
5. alfonsopetersen	255406.522	Individual	Candidato
6. chavarizo	87451.922	Individual	Candidato
7. alfarol40	78068.952	Colectivo	Equipo candidato
8. lamas_al	64023.657	Individual	Equipo candidato
9. luis_gdl	53550.262	Individual	Usuario
10. omar_comunica	50525.443	Individual	Periodista
11. sramirezrobles	21618.668	Individual	Equipo candidato
12. koigdl	19951.755	Individual	Usuario
13. legasma	19188.000	Individual	Usuario
14. reformanacional	18909.322	Colectivo	Medio de comunicación
15. villanuevanews_	17483.186	Colectivo	Equipo candidato
16. werenito	17426.717	Individual	Equipo candidato
17. vengciudadanamx	16020.000	Colectivo	Movimiento social
18. carlospaezgd	16020.000	Individual	Usuario
19. diedragonzalezf	14866.579	Individual	Militante
20. prijalisco2013	14382.334	Colectivo	Partido político

Fuente: Elaboración propia. Q ITESO, 2015.

El tercer y último caudal de comunicación analizado en Twitter fue el que ocurrió a raíz de la organización de un debate promovido por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco (IEPCJ), en el que participaron todos los candidatos al gobierno municipal de Guadalajara. Este debate se llevó a cabo el 20 de mayo de 2014 a las 20 horas en las instalaciones del Canal 44 de la Universidad

TABLA 6.4 ESCALAFÓN DE LOS VEINTE USUARIOS QUE MÁS TUI TS EMITIERON (DEBATE MURAL)

Cuenta	# Tuits	Tipo de usuario 1	Tipo de usuario 2
1. diedragonzalezf	148	Individual	Militante
2. amigosrvl	138	Colectivo	Equipo candidato
3. migueloplu21	128	Individual	Militante
4. muralcom	125	Colectivo	Medio de comunicación
5. icesrubio	110	Individual	Periodista
6. reziznews	90	Individual	Robot
7. alfarol40	84	Colectivo	Equipo candidato
8. koigdl	81	Individual	Usuario
9. erasmocl	77	Individual	Usuario
10. villanuevanews_	77	Colectivo	Equipo candidato
11. gloria7411	65	Individual	Usuario
12. jimyjorgehumber	64	Individual	Usuario
13. juankarlos13	64	Individual	Funcionario público
14. hisajo	61	Individual	Militante
15. pasarelapolitic	61	Colectivo	Medio de comunicación
16. dantelepe	58	Individual	Usuario
17. primx_jalisco	58	Colectivo	Partido político
18. movciudadanojal	56	Colectivo	Partido político
19. omaraalfonsotova	55	Individual	Usuario
20. suma2somosmas	54	Individual	Equipo candidato

Fuente: Elaboración propia. Q ITESO, 2015.

de Guadalajara, y se transmitió por ese canal de televisión abierta. Al descargar la información que circuló bajo la etiqueta #DebateGDL encontramos 31,276 mensajes (tres veces más que el anterior, de *Mural*), emitidos por 4,626 usuarios distintos, lo que promedia 6.7 mensajes por usuario.

TABLA 6.5 ESCALAFÓN DE LOS VEINTE USUARIOS CON MAYOR GRADO DE INTERMEDIALIDAD (DEBATE IEPCJ)

Cuenta	Grado de intermedialidad	Tipo de usuario 1	Tipo de usuario 2
1. rvillanueval	5992138.597	Individual	Candidato
2. enriquealfaror	5594720.083	Individual	Candidato
3. alfonsoetersen	2248855.651	Individual	Candidato
4. canal44tv	924227.363	Colectivo	Medio de comunicación
5. radioudeg	610796.979	Colectivo	Medio de comunicación
6. celiafausto	595527.265	Individual	Candidato
7. mexicoperez	488379.006	Individual	Candidato
8. alfaro140	421857.130	Colectivo	Equipo candidato
9. 1070noticias	415834.863	Colectivo	Medio de comunicación
10. iepcjalisco	386757.696	Colectivo	Institución pública
11. muralcom	383936.965	Colectivo	Medio de comunicación
12. salazargdl	303119.180	Individual	Periodista
13. kaiv76	269806.364	Individual	Usuario
14. diegopetersen	263048.432	Individual	Periodista
15. datagrave	260859.169	Individual	Periodista
16. jornadajalisco	239916.532	Colectivo	Medio de comunicación
17. joseangelgtz	200384.396	Individual	Periodista
18. donferru	193256.498	Individual	Usuario
19. hekglez	185905.791	Individual	Militante
20. panjaloficial	182796.184	Colectivo	Partido político

Fuente: Elaboración propia. Q IITESO, 2015.

En la primera medición realizada (grado de intermedialidad) los candidatos ocuparon los primeros lugares del escalafón: Villanueva, Alfaro y Petersen con el primero, segundo y tercer lugar, respectivamente, así como Celia Fausto en sexto y Antonio Pérez en séptimo (véase la tabla 6.5). En total hubo 12 cuentas individuales y ocho cuentas

colectivas entre los primeros veinte nodos de mayor intermedialidad. Como se puede observar, en este ejercicio destaca la presencia de cuentas de seis medios de comunicación y de cuatro periodistas. También es notable que la mayoría de las cuentas (18 de 20), pertenecen a élites políticas y no a la categoría de usuarios.

En la segunda medición apareció una composición completamente diferente (véase la tabla 6.6). La cuenta de un usuario que clasificamos como militante (@hekglez) ocupa la primera posición como el usuario que más tuits emitió en el caudal de mensajes analizados. En el segundo lugar aparece la cuenta del Observatorio del PRI Jalisco, perteneciente a un partido político. En el tercer y cuarto lugares aparecen dos militantes y en el quinto lugar aparece un usuario que clasificamos como robot. @licantonioperez es una cuenta de Twitter que no tuvo avatar durante las elecciones (presentó un huevo como foto de perfil) y que desde que comenzaron las campañas se dedicó a difundir información del candidato del PRI y a atacar a los adversarios de éste. Entre los veinte usuarios que más mensajes emitieron aparecieron cuatro robots. De los 31,275 mensajes que circularon durante este debate, 25,012 fueron retuits (80%), 285 fueron menciones (9%), 568 respuestas (2%) y 2,841 fueron tuits (9%).

En total, durante los tres debates se generaron 50,616 mensajes, siendo el tercer debate (organizado por el IEPC y que fue transmitido por televisión abierta) el que más información generó con más de 31 mil mensajes. Es notorio que en cada debate aumentaron el número de mensajes, al igual que el número de usuarios, tal como se describe en la tabla 6.7.

En la tabla 6.8 aparecen los veinte usuarios que más tuits emitieron durante los tres debates en su conjunto. De to

TABLA 6.6 ESCALAFÓN DE LOS VEINTE USUARIOS QUE MÁS TUI TS EMITIERON (DEBATE IEPCJ)

Cuenta	# Tuits	Tipo de usuario 1	Tipo de usuario 2
1. hekglez	326	Individual	Militante
2. observaprijal	269	Colectivo	Partido político
3. vicgarciaben	242	Individual	Militante
4. diedragonzalezf	227	Individual	Militante
5. licantonioperez	202	Individual	Robot
6. geqm1965	194	Individual	Funcionario público
7. _mapois_	183	Individual	Robot
8. primx_jalisco	177	Colectivo	Partido político
9. dantelepe	174	Individual	Usuario
10. osvaldo_araiza	169	Individual	Militante
11. panjaloficial	161	Colectivo	Partido político
12. edgquin	159	Individual	Usuario
13. nancyipe	141	Individual	Funcionario público
14. zaratepaulette	137	Individual	Usuario
15. noemi68barranco	130	Individual	Robot
16. educarvajala	127	Individual	Robot
17. bets_acosta	127	Individual	Usuario
18. salazargdl	122	Individual	Periodista
19. gomez_l	118	Individual	Estudiante
20. migueloplu21	114	Individual	Militante

Fuente: Elaboración propia. © ITESO, 2015.

TABLA 6.7 NÚMERO DE MENSAJES Y USUARIOS DE LOS TRES DEBATES

	Notisistema	Mural	IEPC	Total
Mensajes	7,738	11,602	31,276	50,616
Usuarios	1,100	1,677	4,626	7,403*

*En esta suma no se excluyen a los usuarios que participaron en dos debates. En otras palabras, el número de usuarios distintos que participaron en los tres debates es menor.

Fuente: Elaboración propia. © ITESO, 2015.

TABLA 6.8 ESCALAFÓN DE LOS VEINTE USUARIOS QUE MÁS TUI TS EMITIERON DURANTE LOS TRES DEBATES

Cuenta	# Tuits	Tipo de usuario 1	Tipo de usuario 2
1. diedragonzalezf	653	Individual	Militante
2. reziznews	410	Individual	Activista
3. hekglez	326	Individual	Militante
4. observaprijal	269	Colectivo	Partido político
5. migueloplu21	242	Individual	Militante
6. vicgarciaben	242	Individual	Militante
7. dantelepe	232	Individual	Usuario
8. licantonioperez	202	Individual	Robot
9. geqm1965	194	Individual	Funcionario público
10. alfarol40	185	Colectiva	Equipo candidato
11. _mapois_	183	Individual	Militante
12. osvaldo_araiza	169	Individual	Militante
13. panjaloficial	161	Colectivo	Partido político
14. edgquin	159	Individual	Usuario
15. villanuevanews_	155	Colectivo	Equipo candidato
16. nancyipe	141	Individual	Funcionario público
17. amigosrvl	138	Colectivo	Equipo candidato
18. zaratepaulette	137	Individual	Usuario
19. movciudadanojal	133	Colectivo	Partido Político
20. noemi68barranco	130	Individual	Usuario

Fuente: Elaboración propia. Q ITESO, 2015.

dos estos usuarios solamente la cuenta de Diedra González (@diedragonzalezf) apareció en los tres debates y fue uno de los nodos que más información emitió. Los usuarios que participaron en dos de los tres debates fueron @Alfaro140, @dantelepe, @migueloplu21 y @villanuevanews.

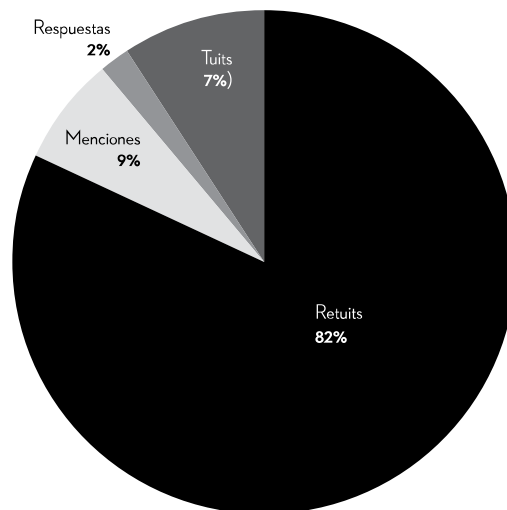
Finalmente, en la tercera medición que realizamos (tipo de interacción entre los usuarios de Twitter), encontramos

TABLA 6.9 TIPO DE INTERACCIÓN ENTRE LAS CUENTAS QUE PARTICIPARON DURANTE LOS TRES DEBATES

	Notisistema	Mural	IEPCJ	Total
Retuits	6,437	10,095	25,011	41,543
Menciones	835	996	2,855	4,686
Respuestas	153	197	568	918
Tuits	311	311	2,841	3,463

Fuente: Elaboración propia. © ITESO, 2015.

FIGURA 6.1 TIPO DE INTERACCIÓN ENTRE LAS CUENTAS QUE PARTICIPARON DURANTE LOS TRES DEBATES



Fuente: Elaboración propia. © ITESO, 2015.

que en total se emitieron 41,543 retuits, lo que representa 82% de todo el caudal de mensajes. Por otro lado, encontramos más de cuatro mil menciones, un poco menos de mil respuestas y más de tres mil tuits (véanse tabla 6.9 y figura 6.1).

CONCLUSIONES

Durante las campañas electorales para elegir un nuevo presidente municipal de Guadalajara se desarrollaron debates públicos entre los candidatos. Estos debates fueron difundidos por medios masivos de comunicación como radiodifusoras y televisoras, o transmisiones en línea. Los organizadores de estos debates promovieron el intercambio de ideas y mensajes a través de distintos caudales informativos (etiquetas y *hashtags*) en Twitter. Luego de observar tres de estos debates encontramos información valiosa para entender los procesos de comunicación política en redes sociales virtuales durante una campaña electoral, a la luz de la teoría de la democracia deliberativa.

Un elemento central que deben impulsar los sistemas políticos de las democracias contemporáneas es la inclusión de todos los ciudadanos en el sistema de comunicación política. En el capítulo anterior se demostró que una buena cantidad de los habitantes del municipio de Guadalajara no siguió las campañas electorales en la Internet por diversas razones económicas, pero también por una falta de interés sobre el mundo político. Con este telón de fondo (una brecha digital amplia y poco interés de participación ciudadana) encontramos que Twitter fue una plataforma que permitió modestos procesos de comunicación política, en donde ocurrieron algunos episodios de diálogos públicos.

Enrique Alfaro, Ricardo Villanueva y Alfonso Petersen, como candidatos a la presidencia de Guadalajara, tuvieron una mayor influencia en las estructuras de comunicación en Twitter. Después de ellos las cuentas de mayor influencia fueron las de sus equipos de campaña y

partidos políticos. En un tercer nivel aparecieron cuentas de periodistas y medios de comunicación. También hubo cuentas de militantes, estudiantes y usuarios generales de Twitter. La primera pregunta de investigación estuvo relacionada con conocer qué clase de individuos fueron los que tuvieron una mayor participación e influencia durante las interacciones en Twitter. Al respecto podemos señalar que la mayor parte de las cuentas que analizamos pertenecían a elites políticas que buscaban comunicarse con los candidatos al gobierno de Guadalajara. Este hallazgo, desde la teoría de la democracia deliberativa, es negativo pues la regularidad fue que las dinámicas comunicativas estuvieron compuestas por elites políticas y, por el contrario, no hubo una mayor pluralidad en el tipo de usuarios que participaron en los debates.

Las cuentas que no pertenecieron a elites políticas pertenecieron a robots o a usuarios comunes y corrientes. A lo largo de las campañas electorales en el municipio de Guadalajara, pero en México en general, ha sido común que los políticos y sus asesores en comunicación echen mano de cuentas automatizadas en las redes sociales virtuales o cuentas falsas que son manejadas por personas contratadas como parte de la campaña electoral (v.g. Plascencia, 2012). Esto recuerda a las viejas tácticas corporativas de los gobiernos mexicanos del siglo XX, cuando funcionarios públicos acarreaban personas para llenar plazas y auditorios en donde se presentaban los candidatos a puestos de elección popular. La presencia de robots en Twitter funcionó como una herramienta contraria a los procesos deliberativos, pues resulta absurdo deliberar con una persona inexistente o que está programada para emitir automáticamente un mensaje. Entre otras cosas, los

procesos deliberativos buscan el triunfo del mejor argumento a través de una serie de ejercicios basados en la razón. Resulta evidente la imposibilidad de deliberar con un autómata que emite mensajes de forma irracional y que no está programado para escuchar y razonar.

Las cuentas de Twitter clasificadas como usuarios, es decir, quienes no integran a las élites políticas, representaron 11% de las cuentas con mayor grado de intermedialidad y 20% de las cuentas que más tuits emitieron. El porcentaje de participación es bajo y refuerza la idea de que en Twitter ocurrieron interacciones entre las élites políticas y económicas del municipio de Guadalajara. Por otro lado, un patrón común entre todas las cuentas clasificadas como usuarios fue que la mayoría de ellas no presentaban una identidad clara y tendían al anonimato. Este rasgo también es problemático desde el punto de vista de la democracia deliberativa pues rompe con una de las características necesarias para la deliberación pública: la transparencia en todo el proceso comunicativo.

El número y tipo de participantes en los debates en Twitter arroja luz para dimensionar el tamaño y las características de la comunicación política en redes sociales. En el debate de *Notisistema* participaron 1,100 cuentas, en el de *Mural* 1,677 y en el organizado por el IEPCJ 4,626. Suponiendo que cada cuenta representa a una persona (lo cual no es exacto, pues muchas cuentas representan a una institución, organización o movimiento social), podemos formular la siguiente pregunta: ¿Son muchas o pocas las personas que participaron en estos procesos comunicativos? Si comparamos estos ejercicios, por ejemplo, con una reunión entre vecinos que escuchan a un candidato, podemos señalar que los ejercicios interactivos en Twitter

son grandes. Sin embargo, si comparamos estos ejercicios con un mitin político en una plaza pública o una manifestación de más de diez mil personas, podríamos matizar el tamaño de los ejercicios en esta red social. Estos matices son importantes porque a veces pareciera que estamos ante ejercicios inéditos por su tamaño y alcance, cuando otros espacios y formas de comunicación política mucho más antiguos siguen teniendo una gran relevancia para las democracias contemporáneas.

En otro orden de ideas, esta investigación buscó conocer la frecuencia de las interacciones dialógicas entre los individuos que participaron en el sistema de comunicación política en Twitter durante los debates electorales. La mayor parte de las interacciones que se pudieron observar durante los debates fueron retuits (82%), es decir, la re-difusión de un mensaje emitido por otra cuenta. En este caso, la mayor parte de los retuits representaron la re-difusión de mensajes creados por los candidatos, sus equipos de trabajo, así como medios de comunicación y periodistas. En otras palabras: Twitter funcionó como una herramienta que hace eco de los mensajes producidos por las élites políticas que concentran el poder comunicativo. Este poder comunicativo se demuestra a partir de los altos grados de intermedialidad de las cuentas de Twitter de los candidatos durante los debates. En contraparte observamos que de los más de 50 mil mensajes analizados, solamente 918 (1.8%) correspondieron a respuestas que los usuarios se dieron entre sí. Esto quiere decir que en el mejor de los escenarios, de todos los procesos comunicativos solamente 1.8% fue parte de una deliberación, lo cual es sumamente bajo para los estándares propuestos por la teoría deliberativa. Esta baja interacción no es una

sorpresas y es un patrón que encontramos desde las elecciones estatales de 2012 (Larrosa-Fuentes, 2014).

REFERENCIAS

- Acosta García, R., Larrosa-Fuentes, J. S., & Paláu Cardona, S. (2014). “Decisiones públicas sin diálogo público: análisis de los argumentos sobre el caso de la Vía Exprés vertidos en la prensa de Guadalajara”. *Comunicación y Sociedad*, (21), 139-159. Recuperado de http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/sites/default/files/a5_37.pdf
- Althaus, S. L. (2012). “What’s Good and Bad in Political Communication Research? Normative Standards for Evaluating Media and Citizen Performance”, en H. A. Semetko & M. Scammell (Eds.), *The SAGE handbook of political communication*. Los Angeles-London, Sage (pp. 97-112).
- Cuna Pérez, E. & Pérez Cristino, L. N. (2010). “Medios y elección 2009: uso y reglamentación de Internet, pendiente de la reforma electoral”. *El Cotidiano* (160), 61-74. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32512766008>
- Duarte, L., & Larrosa-Fuentes, J. S. (2013). “Comunidades virtuales y elecciones”, en J. S. Larrosa-Fuentes & S. Paláu Cardona (Eds.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2013. Análisis del sistema de comunicación política de Jalisco durante las campañas electorales a gobernador*. Guadalajara, ITESO, Departamento de Estudios Socioculturales. (pp. 161-177). Recuperado a partir de <http://qmedios.ITESO.mx/wp-content/uploads/2014/02/08-Comunidades.pdf>

- Freelon, D., & Karpf, D. (2015). "Of big birds and bayonets: hybrid Twitter interactivity in the 2012 Presidential debates". *Information, Communication & Society*, 18(4), 390-406. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2014.952659>
- Habermas, J. (2006). "Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research". *Communication Theory*, 16(4), 411-426. <http://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>
- Hansen, D., Shneiderman, B. & Smith, M. A. (2010). *Analyzing Social Media Networks with NodeXL: Insights from a Connected World*. Morgan Kaufmann, Burlington.
- IEPCJ. (2013). *Memoria del proceso electoral local ordinario 2011-2012*. México, Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Jalisco. Recuperado de http://www.iepcjalisco.org.mx/sites/default/files/ediciones-publicaciones/Memoria_proceso_electoral_local_ordinario_2011-2012_Instituto_Electoral.pdf
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2012). "El diálogo entre observatorios de medios y los medios: una agenda pendiente", en R. Acosta García (Ed.), *El diálogo como objeto de estudio*. Guadalajara, ITESO. (pp. 171-190).
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2014). "Twitter's messages during a governor election: abundance of one-way, top-down and auto-referential communications and scarcity of public dialogue". *Global Media Journal México*, 11(22), 42-60. Recuperado de http://www.gmjci.com/index.php/GMJ_EI/article/view/213
- Larrosa-Fuentes, J. S., & Paláu Cardona, S. (Eds.). (2013).

Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2012. Análisis del sistema de comunicación política de Jalisco durante las campañas electorales a gobernador. Guadalajara, ITESO, Departamento de Estudios Socioculturales. Recuperado de <http://publicaciones.ITESO.mx/libro.php?id=237>

Mascaro, C. & Goggins, S. P. (2012). *Twitter as Virtual Town Square: Citizen Engagement During a Nationally Televised Republican Primary Debate* (SSRN Scholarly Paper No. ID 2108682). Rochester, Social Science Research Network. Recuperado a partir de <http://papers.ssrn.com/abstract=2108682>

Pedersen, S., Baxter, G., Burnett, S. M., Goker, A., Corney, D., & Martin, C. (2014). *Backchannel chat: peaks and troughs in a Twitter response to three televised debates during the Scottish Independence Referendum campaign 2014.* (Report). Robert Gordon University. Recuperado de <https://openair.rgu.ac.uk/handle/10059/1086>

Plascencia, Á. (2012). "El #TrollCenter de @AristótelesSD." *Reporte Índigo*. Guadalajara. Recuperado de <http://www.reporteindigo.com/reporte/guadalajara/el-trollcenter-de-aristotelessd>