

Elecciones presidenciales 2018, el desperdicio del debate público en la Esfera Pública Digital

Por: Luis Ángel Hurtado Razo

Introducción

Según los datos arrojados por Consulta Mitofsky “México: Encuestas de salida 4 elecciones presidenciales 2000-2018” (CAMPOS, 2018) observó que en la pregunta ¿Qué tomó en cuenta en decisión de voto (elecciones 2018)? Que el 33.8 % de las personas contestaron que su principal fuente de información fue la Radio y la Tv, siendo la 1era opción, y en 2do lugar encontramos con un 30.3 % que la información emitida en redes sociales e internet.

Partiendo de que los debates entre candidatos son los espacios idóneos para el intercambio de ideas y propuestas hacia el electorado, es necesario ponderar el valor que tuvieron estos espacios para la decisión del voto. Según datos ofrecidos por el Consejero Presidente, del Instituto Nacional Electoral (INE), Lorenzo Córdova, el 1er debate presidencial, tuvo una audiencia de 11. 4 millones de personas en tv, mientras que en Twitter fue de 950 mil espectadores, posicionándose como el Trending Topic número 1, con 2.1 millones de tuits emitidos. Para el 2do debate presidencial, 12.6 millones de personas lo vieron por tv, en Twitter, 1.2 millones. Y

en el 3er fue observado por 10.7 millones de personas en tv y 1.6 millones en Twitter.

Los datos anteriores nos sirven para preguntarnos, si el espacio digital fue capitalizado por los aspirantes a la presidencia como un sitio que permitiera el intercambio de ideas con los distintos aspirantes a la presidencia e inclusive entre los ciudadanos. Para ello el presente trabajo se centró en analizar las cuentas oficiales en Twitter de los 5 candidatos presidenciales durante los 3 debates presidenciales. Y una de las situaciones que llamó la atención fue que en este proceso electoral a diferencia de anterior (2012), una estrategia recurrente por parte de algunos grupos ajenos a los partidos políticos fue la transmisión de noticias falsas, en el espacio digital (internet y redes sociales).

Sin embargo minutos después de terminar cada debate la información que habían ofrecido algunos de los candidatos a la presidencia durante sus participaciones era en muchos casos falsa o mal aterrizada, por ello uno de los aspectos que también se consideró en este trabajo fue saber si los datos que ofrecían al electorado los aspirantes a la presidencia sólo se quedaron en el terreno de los medios tradicionales de comunicación (televisión y radio) o si también estos habían difundido dichos datos en sus cuentas de Twitter.

Por ello y mediante una evaluación detallada, el presente monitoreo se basa en 18 elementos que permiten saber que tanta apropiación tienen los candidatos de sus cuentas y los recursos con los que cuentan para difundir de mejor forma sus plataformas de gobierno.

Ricardo Anaya

1er debate

Con casi 25 días de iniciadas las campañas políticas, los aspirantes a la presidencia acudían con un escenario en el que Andrés Manuel López Obrador, candidato de la Coalición Juntos Haremos Historia, estaba posicionado como el líder indiscutible de las preferencias electorales, con más de 15 puntos sobre su más cercano adversario, Ricardo Anaya, candidato de la Coalición Por México Al Frente. La mayoría de los espectadores que observaron el debate, consideraron que este espacio fue usado para el intercambio de ataques, más que para presentación de propuestas. Lo interesante del caso fue el comportamiento que tuvieron los candidatos en Twitter.

Anaya emitió 30 tuits, todos propios, 26 fueron acompañados con los siguientes hashtags #PorMéxicoAlFrente, #DebateINE #DeFrenteAlFuturo, #ConAnayaPorMéxico, buscando vincular con estas etiquetas su lema de campaña “De Frente Al Futuro” y el nombre de su coalición “Por México Al Frente”; 2 tuits con fotografías: en el 1er tuit muestra su llegada al Palacio de Minería en compañía de su esposa, en el 2do muestra las portadas de 2 diarios, en los que está Manuel M. Ponce y a René Bejarano en actos de corrupción, es evidente que la difusión de estas imágenes buscaron atacar a AMLO. En el caso de infografías (imágenes compuestas), compartió 6 tuits con este elemento, los cuales fueron para explicar sus propuestas. Difundió 2 tuits con video, todos sobre sus intervenciones durante el debate, 1 tuit fue una transmisión en vivo. Lo interesante es precisamente que de los 30 tuits que emitió Anaya, este destinó 16 para mencionar a uno de sus adversarios: 15 de ellos fueron sobre AMLO, y 1 para hablar indirectamente del PRI.

Durante el intercambio de acusaciones sobre AMLO, Anaya dijo lo siguiente que reprodujo tal cual en Twitter: “Cuando Andrés Manuel fue Jefe de Gobierno, sus

más cercanos colaboradores recibieron fajos de billetes en efectivo. Si su ejemplo es tan potente, ¿por qué no pudo contagiar a sus secretarios? Y que conste, sus colaboradores no terminaron en la cárcel hoy están en su campaña”, sobre este dicho, Verificado 2018, realizó una investigación y concluyó: “De los tres (Ímaz, Ponce y Bejarano), este último es el único que públicamente ha anunciado su afiliación a Morena y apoyo a la campaña de López Obrador para la Presidencia es René Bejarano, junto a su esposa Dolores Padierna.

No hay pruebas de que Ímaz y Ponce se hayan unido a la campaña de López Obrador a la presidencia en este proceso electoral.” (VERIFICADO 2018) Además de dar una explicación de los procesos penales que recibieron cada uno de los tres funcionarios. Con ello, el mensaje que emitiera Anaya, resultó ser falso y difundido en tv, radio y en sus redes sociales.



Otro dato a destacar es que emitió 4 tuits en los que cita directamente a otras personas (políticos, candidatos no presidenciales, o figuras públicas): 2 tuits fueron para menciona a Alfonso Romo, quien fue propuesto por AMLO como jefe de gabinete, en los demás tuits hace mención de Elva Esther Gordillo, Napoleón Gómez Urrutía y Carlos Salinas de Gortari, haciendo clara alusión a AMLO. Si sumáramos estos 4 tuits, a los otros 16, encontramos que 20 de los 30 tuits del panista fueron pensados con el claro objetivo de atacar a AMLO.

Anaya, emitió 9 tuis donde hace referencia a sus propuestas de campaña. Sobre los tuits que yo titulo como temas de agenda, Anaya emitió 1, precisamente sobre el voto útil, para impedir que AMLO logrará la victoria, destacando que él era el único de los candidatos que podía vencerlo. Sobre menciones del lugar de gira de campaña, sólo hizo 1 tuit. Los demás elementos a analizar que no fueron considerados por Anaya son: “links, citar a otro tuit, citar alguna entrevista, citar a un medio de comunicación, encuesta y citar nota periodística.

Ricardo Anaya, 1er debate presidencial, 22 de abril de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	30
Tuits propios (escritos por él)	0
Retuit	26
Hashtag	2
Fotografía	6
Infografía	2
Video	1
Transmisión	0
Link	0
Citar a otro tuit	16
Mención a otro candidato	4
Mención a otra persona	9
Propuesta	1
Tema de la agenda	1
Citar el lugar de gira de campaña	0
Cita de entrevista	0
Cita de algún medio	0
Encuesta	0
Cita de nota periodística	0

Fuente: Elaboración propia

2do debate

Para este careo, Anaya, llegó con mucha confianza tras haber ganado el primer debate. Para este segundo evento, se encontraron elementos que señalan un posible cambio de estrategia. Durante el 2do debate, Anaya emitió 41 tuits, 32 propios, 8 retuits todos ellos sobre entrevistas que ofreció después del debate. 33 tuits con hashtags: #MexicanosAlFrente haciendo alusión de las personas que lo

apoyan, y lógicamente #Tijuana como referencia al lugar donde fue el debate, a estos hashtags hay que sumar todos los que usó en el 1er debate. 1 tuit con fotografías, la cual es de él y su esposa llegando a la UABC. Un elemento a destacar es que los 4 primeros tuits que emitió fueron exactamente iguales a los 4 tuits del 1er debate, sólo adaptados al contexto del 2do debate, demostrando un fuerte error de campaña. 5 tuits con infografías, nuevamente usadas para acompañar sus propuestas. 9 tuits con video, 7 de ellos sobre sus intervenciones durante el debate, y 2 haciendo referencia a AMLO; 2 tuits con link, 1 con la liga del debate y otro de una entrevista de Anaya para Noticieros Televisa. Hizo 11 menciones hacia sus adversarios: 10 para AMLO, y 1 a José Antonio Meade. 1 tuit mencionando a otras personas, tuit dirigido a Donald Trump.

13 de 41 tuits fueron sobre propuestas, indicando que lo importante para el candidato era atacar a AMLO. A diferencia del 1er debate, en este caso hace referencia en 5 ocasiones del lugar donde se encuentra (Tijuana), para este ejercicio sí buscó destacar las entrevistas que le realizaron tras el debate, destinó 6 tuits, todos ellos retuits de las cuentas de los medios. Y en 5 de ellos hace referencia directa a 5 medios de comunicación. En este 2do encuentro el nivel de agresiones a AMLO disminuyó, esto porque AMLO sí decidió responder los comentarios que hicieran sus oponentes, y precisamente en este ejercicio fue donde AMLO, propinó 2 momentos que marcaron a Anaya para el resto de la elección , 1) La escena donde el panista se acerca a AMLO para encararlo de frente y este decide esconder su billetera haciendo una clara alusión a los casos de corrupción en los que Anaya esta involucrado y 2) El sobrenombre “Ricky Riquin Canallin”. Los 2 momentos fueron contruidos en memes, gifs, videos, etc, y dominaron la “Esfera Pública Digital”.

Ricardo Anaya, 2do debate presidencial, 20 de mayo de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	41
Tuits propios (escritos por él)	32
Retuit	9

Hashtag	33
Fotografía	1
Infografía	5
Video	9
Transmisión	0
Link	2
Citar a otro tuit	0
Mención a otro candidato	11
Mención a otra persona	1
Propuesta	13
Tema de la agenda	0
Citar el lugar de gira de campaña	5
Cita de entrevista	6
Cita de algún medio	5
Encuesta	0
Cita de nota periodística	0

Fuente: Elaboración propia

3er debate

A menos de un mes del llamado a las urnas, y justo a días del inicio del Mundial de Fútbol, Rusia 2018, el escenario contra Anaya, no era nada favorable, perdió puntos tras su actuación en el 2do debate, y por la información del caso de lavado de dinero donde lo involucraban. El escenario era adverso para el panista, así es que decidió hacer unos ajustes a su campaña. Para este 3er encuentro emitió 40 tuits, 37 propios, y 3 retuits de ex funcionarios o militantes del PAN o el PRD, 34 incluyeron hashtags como: #México, #Mérida, y su nuevo slogan de campaña #MxEnPaz, dejando atrás la idea del progreso mediante la tecnología y sumarse al tema de seguridad. 4 tuits con fotografías, nuevamente aparece en un tuit llegando con su esposa al Museo del Mundo Maya. Destaco que Anaya y su equipo de campaña reciclan nuevamente los 4 primeros tuits y los adaptan a su contexto. El número de infografías va de la mano de sus propuestas, emitió 7 tuits con este elemento. Difundió 5 tuits con video, todos ellos sobre su participación durante el debate. 3 tuits con links: 1 con la liga de la transmisión del debate y 2 de su página de internet pero destinados al caso de los contratos que celebró AMLO con el ingeniero Rioboó, durante su gestión como jefe de gobierno de la CDMX, los uso sólo como herramienta informativa de ataque.

En cuanto a las menciones a candidatos, Anaya destinó 9 tuits: AMLO tuvo 8 por 1 a José Antonio Meade. Sobre menciones a otras personas hizo 5 tuits, de los cuales 4 fueron para Rioboó, y 1 para Elba Esther y Enrique Peña Nieto, en los 5 casos hace una mención indirecta a AMLO, dado que vincula a estas personas con el tabasqueño. Por ello podríamos considerar que fueron 14 mensajes contra AMLO. Aumenta a 20 los tuits con propuestas, vemos que en este reacomodo de estrategia Anaya buscó disminuir en el número de agresiones hacia sus adversarios, y decide mejor destinar una mayor cantidad de tuits sobre propuestas. Cita en 4 ocasiones el lugar de campaña. Anaya trató de centrarse más en sus propuestas que en las agresiones. Vemos que su estrategia tiene un giro importante. Aunque debo destacar que en esta etapa de la campaña es cuando más agresivo se torna su discurso, al acusar a AMLO de haber negociado con EPN la presidencia y manifestar que EPN usó los recursos del Estado para perseguirlo políticamente.

Ricardo Anaya, 3er debate presidencial, 12 de junio de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	40
Tuits propios (escritos por él)	3
Retuit	34
Hashtag	4
Fotografía	7
Infografía	5
Video	0
Transmisión	3
Link	0
Citar a otro tuit	9
Mención a otro candidato	5
Mención a otra persona	20
Propuesta	0
Tema de la agenda	4
Citar el lugar de gira de campaña	0
Cita de entrevista	0
Cita de algún medio	0
Encuesta	0
Cita de nota periodística	0

Fuente: Elaboración propia

José Antonio Meade

1er debate

Con la fuerte presión para que Meade declinará su candidatura a favor de Ricardo Anaya, y ubicado en el 3er lugar de las preferencias electorales. Meade emitió 51 tuits, 49 propios y 2 a retuits, 1 de su esposa Juana Cuevas y otro del senador Adolfo Romero. 44 tuits fueron acompañados con los hashtags: #MeadePresidente, #AsíNoAndrés #AnayaMiente, siendo el hashtag de AMLO, el más usado, la estrategia de este 1er debate fue atacar con todo a AMLO. 2 tuits con fotografía: 1 correspondiente al tuit de su esposa, y otro a las portadas de periódicos en los que hacen referencia a la amnistía convocada por AMLO. En cuanto a infografías, Meade fue el candidato que más uso este recurso, en este debate 40 tuits, de los cuales 11 tenían movimiento (GIF's): 27 fueron destinadas para hablar de AMLO o de Anaya, dicho de otra forma, este recurso más que usarlo para informar sobre sus propuestas, lo usó como recurso de ataque. 4 tuits con video: 2 de ellos haciendo referencia a AMLO, 1 a Anaya y otro sobre las razones de porqué quiere ser presidente de México. En 2 de sus tuits uso el recurso de transmisión en vivo, ambos sobre momentos posteriores al debate.

En 30 de sus 51 tuits hizo una alusión directa a sus adversarios: 21 fueron para hablar de AMLO, 6 de Anaya y en 3 habló de ambos. Con este dato reitero que la estrategia del abanderado priísta fue atacar, más que de proponer. En 3 tuits donde menciona a otras personas, cita a gente cercana a AMLO, como: Claudia Sheinbaum, Ricardo Monreal, Delfina Gómez, etc. Por ello se debe sumar a los 27 donde habla de AMLO, estos 3. Sólo emitió 10 tuits con propuestas, representando una 5ta parte del total.

José Antonio Meade, 1er debate presidencial, 22 de abril de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	51
Tuits propios (escritos por él)	49
Retuit	2
Hashtag	44
Fotografía	2
Infografía	40
Video	4
Transmisión	2
Link	0
Citar a otro tuit	0
Mención a otro candidato	30
Mención a otra persona	3
Propuesta	10
Tema de la agenda	0
Citar el lugar de gira de campaña	0
Cita de entrevista	0
Cita de algún medio	0
Encuesta	0
Cita de nota periodística	1

Fuente: Elaboración propia

2do debate

Meade llegó con una diferencia mucho mayor en cuanto a intención de voto, aunque logró superar las peripecias de evitar declinar a favor de Anaya. Con ese escenario construyó una estrategia distinta en comparación al 1er debate. Emitió 40 tuits, 38 propios y 2 retuits: 1 de su esposa, y otro a la cuenta oficial del INE, sobre la transmisión del debate. 35 tuits con hashtags, usando las mismas etiquetas que en el 1er debate. 1 tuit con fotografía, correspondiente a su visita a la ONU, cuando era Secretario de Relaciones Exteriores, buscando generar en los espectadores la idea de tener experiencia en el ámbito de políticas internacionales. 18 tuits con infografía: 2 GIF's, 6 sobre AMLO, 2 de Anaya y 10 fueron para ilustrar sus propuestas. 6 tuits con video: 3 fueron sobre AMLO, 1 de Anaya, el resto para ilustrar sus propuestas.

Transmitió en vivo en 2 tuits: 1 fue de su esposa y el otro posterior al 2do debate. 1 tuit con link correspondiente a la cuenta del INE con las transmisión del evento.

Sobre las menciones a otros candidatos, dedicó 17 tuits: 11 para AMLO, 5 para Anaya y 2 para ambos. Sobre mencionar a otras personas, destino 3 tuits: 2 fueron para Néstor Salgado, candidata a senadora por Morena y quien Meade durante el debate acusó de secuestradora, en su tuit se puede leer lo siguiente: “Nestora está en tu conciencia, Andrés Manuel...” sobre este asunto, Verificado 2018, desmiente la acusación que realizó Meade, “...acusó a Morena de postular a una “secuestradora” como candidata al Senado. Pero Nestora Salgado, a quien el candidato del PRI se refería, en realidad fue liberada en 2016, luego de que los tres jueces que llevaban los casos en su contra concluyeran que la acusada era inocente, y emitieron sentencias absolutorias.” (VERIFICADO 2018) Con ello desmintiendo el Fake News emitido durante este debate.



El tuit en el que menciona a otra persona fue para Jorge Castañeda, coordinador de campaña de Ricardo Anaya. Siguiendo la lógica sumamos estos 3 tuits a los 17 de AMLO, y vemos que del total de sus tuits la mitad fueron contra sus adversarios. Sobre propuestas emitió 10 tuits. Se puede apreciar que aunque hizo algunos cambios, decidió mantener su estrategia de atacar a sus oponentes.

José Antonio Meade, 2do debate presidencial, 20 de mayo de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	40
Tuits propios (escritos por él)	38
Retuit	2
Hashtag	35
Fotografía	1
Infografía	18
Video	6
Transmisión	2
Link	2
Citar a otro tuit	0
Mención a otro candidato	17
Mención a otra persona	3
Propuesta	10
Tema de la agenda	0
Citar el lugar de gira de campaña	0
Cita de entrevista	0
Cita de algún medio	0
Encuesta	0
Cita de nota periodística	0

Fuente: Elaboración propia

3er debate

Ya casi en la recta final y con una deferencia igual de 3 a 1 con respecto a AMLO, Meade apostó a tratar de generar mayor empatía con el electorado, más cuando en este careo Anaya llegaba con perdida de puntos, que permitieron subir a Meade en las preferencias.

Emitió 53 tuits, 51 propios, 2 retuits, 1 de Juana Cuevas y el otro, de Francisco Guerrero. El número de tuits con hashtags disminuyo en comparación a los debates anteriores, destinando 23, usando las mismas etiquetas, y agregando #ConMeadeGanaMéxico, haciendo referencia a su nuevo lema de campaña. 1 tuit acompañado con fotografía, correspondiente a momentos antes del debate. 23 tuits con infografías: 13 fueron dedicados a AMLO, y los demás para acompañar sus propuestas. 10 tuits tuvieron video: 4 fueron para mencionar a AMLO y 1 de Anaya.

3 tuits con transmisión en vivo: 1 de su esposa, y los otros 2 sobre momentos después del debate. 6 tuits con link, todos ellos sobre sus propuestas de campaña, los cuales fueron los mejor elaborados por su equipo de campaña, al destacar las cualidades de su propuesta.

Destinó 25 tuits dirigidos a sus oponentes: 17 a AMLO, 7 a Anaya y 1 a ambos. Con respecto a mencionar a otros personajes sólo difundió 1 tuit donde menciona a Javier Jiménez Espriú, propuesto por AMLO para ser Secretario de Comunicaciones y Transportes, y que Meade sacó a colocación por una supuesta vinculación con el caso Odebrecht, así es que este tuit se le deben sumar los anteriores. Sobre este caso, José Antonio Meade, reprodujo en sus redes sociales la acusación de los vínculos de Espriú con Odebrecht. Esto dijo “Pregúntenle a Adres Manuel sobre Odebrecht”, mensaje que fue acompañado con una infografía donde describe los supuestos vínculos del colaborador de AMLO con la empresa IDESA. Al respecto Verificado 2018 manifestó lo siguiente:

“Mi señora es tía del actual presidente (de Idesa) y tiene acciones que le dejó don Pascual, pero yo no tengo relación ninguna con Odebrecht”, dijo Jiménez Espriú, en entrevista con Verificado 2018.

El colaborador de López Obrador negó tener cualquier vínculo con Idesa y “mucho menos” representar los intereses de Odebrecht y calificó de “difamación” lo dicho por José Antonio Meade.

En su cuenta de Twitter, el candidato del PRI amplió la denuncia y señaló que Jiménez Espriú es director general de Idesa. “No he sido nunca director general de Idesa, que es una empresa petroquímica mexicana que fundó mi suegro, don Pascual Gutiérrez Roldán, hace más de 60 años. La dirigió él, sus hijos y ahora lo hace el hijo de uno de ellos. No tiene ninguna relación con los temas de comunicaciones y transportes, donde yo colaboro con el candidato de la coalición Juntos Haremos Historia, Andrés Manuel López Obrador. No hay ningún conflicto de interés y como el señor Meade lleva no sé cuántos puntos de desventaja se dedica a difamarme”, dijo Jiménez Espriú a Verificado 2018.” (SALGADO, 2018)



Destinó 17 tuits a sus propuestas y 1 a tema de agenda, sobre la asignación de México, Estados Unidos y Canadá como sedes del Mundial de Fútbol 2026, hizo cita de 2 notas periodísticas, una correspondiente a una entrevista de Ricardo Anaya para Televisa, sobre su participación en la aprobación de la Reforma Educativa, y el otro fue del artículo de Francisco Guerrero en Excélsior. Con este panorama entendemos que la estrategia de Meade en todo momento fue de atacar en lugar de proponer, un dato adicional es que Meade fue el candidato que más tuits emitió durante los 3 debates, pese a ello no se traduce en mayor aprovechamiento de esta red social.

José Antonio Meade, 3er debate presidencial, 12 de junio de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	53
Tuits propios (escritos por él)	51
Retuit	2
Hashtag	27
Fotografía	1
Infografía	23
Video	10
Transmisión	3
Link	6
Citar a otro tuit	0
Mención a otro candidato	25
Mención a otra persona	1
Propuesta	17
Tema de la agenda	1
Citar el lugar de gira de campaña	0
Cita de entrevista	0
Cita de algún medio	0
Encuesta	0
Cita de nota periodística	2

Fuente: Elaboración propia

Andrés Manuel López Obrador

1er debate

Pese a que AMLO se ha manifestado como un impulsor del uso de las redes sociales y de agradecer por su existencia. El candidato durante toda su campaña desaprovechó el potencial de estas. Y decidió sólo emitir 1 tuit por debate.

La diferencia sustancial recayó en 3 factores que jugaron a su favor. El 1ro fue su coordinadora de campaña Tatiana Clouthier, quien jugó un papel fundamental al emitir cerca de 20 a 30 tuits por día, pero el factor determinante no fue precisamente el número de mensajes, sino que en cada tuit adaptaba su discurso y lenguaje al contexto que se vivía en la campaña política, mediante el uso de

imágenes, videos, links, e inclusive memes, no por ello, Clouthier recibió el apodo de la “reina de las redes sociales”. El 2do elemento fue el grupo digital Abre Más Los Ojos, quienes cumplieron 2 funciones: 1) Difundir todas las propuestas del político tabasqueño, así como también presentar a los miembros de su posible gabinete, 2) Desmentir o precisar cada elemento que dijeran alguno de los adversarios de AMLO, esto permitió que su crecimiento fuera más positivo que negativo. 3) El cual ha sido importante desde las elecciones 2012, son los miles de simpatizantes de AMLO en redes sociales, situación que por si mismo se vuelve en grupo considerable de aliados que no sólo difunden los mensajes del político sino que a su vez lo defienden de sus adversarios.

Con ese contexto se puede entender el impacto que llega a tener AMLO, el tuit que emitió en el 1er debate sólo decía “gracias” y estaba acompañado de un video de YouTube donde explicaba sus razones por las cuales consideraba que había ganado.

Andrés Manuel López Obrador, 1er debate presidencial, 22 de abril de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	1
Tuits propios (escritos por él)	1
Retuit	0
Hashtag	0
Fotografía	0
Infografía	0
Video	1
Transmisión	0
Link	0
Citar a otro tuit	0
Mención a otro candidato	0
Mención a otra persona	0
Propuesta	0
Tema de la agenda	0
Citar el lugar de gira de campaña	0
Cita de entrevista	0
Cita de algún medio	0
Encuesta	0
Cita de nota periodística	0

Fuente: Elaboración propia

2do debate

A diferencia del 1er debate, en este AMLO, mostró que requería responderles a sus adversarios con el objetivo de verse más fuerte y con ganas de lograr enfrentarse a cualquier persona, y exactamente eso ocurrió en el terreno del debate, pero en el terreno digital, nuevamente emitió un mensaje acompañado de un video de YouTube que daba nuevamente las gracias y decía que había ganado.

Andrés Manuel López Obrador, 2do debate presidencial, 20 de mayo de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	1
Tuits propios (escritos por él)	1
Retuit	0
Hashtag	0
Fotografía	0
Infografía	0
Video	1
Transmisión	0
Link	0
Citar a otro tuit	0
Mención a otro candidato	0
Mención a otra persona	0
Propuesta	0
Tema de la agenda	0
Citar el lugar de gira de campaña	0
Cita de entrevista	0
Cita de algún medio	0
Encuesta	0
Cita de nota periodística	0

Fuente: Elaboración propia

3er debate

En este encuentro AMLO iba más seguro que nada, dado que las encuestas lo presentaban a más de 20 puntos, por ello, decidió volver a repetir la misma dosis que en el debate anterior, sólo para mantener su ventaja. Siguiendo su tradición emitió 1 tuit, acompañado nuevamente de un video de YouTube, pero con la

diferencia de que en el cuerpo del mensaje explicaba desde cuando no había visto a EPN, esto porque Anaya lo había acusado de llegar a un acuerdo con el presidente con tal de ganar la presidencia, a raíz también de una acusación por parte de AMLO hacia Anaya. Sobre esta situación Verificado 2018 explicó lo siguiente:

“Este hecho, que ocurrió en la recta final del debate, comenzó cuando López Obrador mostró una imagen de Anaya y Peña Nieto para argumentar un supuesto pacto entre los actores políticos. En realidad se trataba de una foto de Anaya, cuando era diputado, con el Presidente, tomada en enero de 2014, a la llegada al Castillo de Chapultepec para la promulgación la reforma político-electoral, según retoma la Cámara de Diputados

A partir de ahí, los candidatos se interrumpieron mutuamente por casi un minuto. Anaya le reviró y expuso una imagen de López Obrador con Peña Nieto diciendo que “él también se toma fotos con Peña y pactó”, refiriéndose al tabasqueño. López Obrador respondió que el hecho pertenecía a un debate en 2012 y declaró que no había visto al actual presidente desde hace seis años.” (NICOLAI, 2018)



Con ello concluyó de forma sencilla su participación de AMLO en los 3 debates en la era digital. Desde mi punto de vista confiado en que los demás actores que lo venían apoyando hicieran su trabajo.

Andrés Manuel López Obrador, 3er debate presidencial, 12 de junio de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	1
Tuits propios (escritos por él)	1
Retuit	0
Hashtag	0
Fotografía	0
Infografía	0
Video	1
Transmisión	0
Link	0
Citar a otro tuit	0
Mención a otro candidato	1
Mención a otra persona	1
Propuesta	0
Tema de la agenda	0
Citar el lugar de gira de campaña	0
Cita de entrevista	0
Cita de algún medio	0
Encuesta	0
Cita de nota periodística	0

Fuente: Elaboración propia

Margarita Zavala

El caso de Margarita Zavala, es peculiar dado que su participación en este proceso electoral fue relativamente corto y poco significativo, dado que en los 40 días en los que compitió no logró posicionarse en la agenda mediática y mucho menos figurar en las preferencias electorales, esto dado que llegó a esta contienda como candidata independiente y no como abanderada panista como se lo había propuesto.

Así es que de esa forma llegó al 1er y único debate en el que participó, emitió 15 tuits propios, usó 3 hashtags: #DebateINE, #SeguroConMargarita y #EntoncesDecidoYo. 1 tuit con fotografía donde aparece ella llegando al Palacio de Minería, 7 infografías, de las cuales 6 fueron para ilustrar sus propuestas y 1 para

atacar a AMLO, 1 tuit fue para citar a otro tuit de Joaquín López-Dóriga quien hizo referencia a una de sus declaraciones durante el debate.

En cuanto a mencionar a otro candidato, sólo dedicó 1 tuit y fue para hablar de AMLO, por último, emitió 6 tuits sobre sus propuestas de campaña, siendo menos de la mitad del total.

Margarita Zavala, 1er debate presidencial, 22 de abril de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	15
Tuits propios (escritos por él)	15
Retuit	0
Hashtag	15
Fotografía	1
Infografía	7
Video	0
Transmisión	0
Link	0
Citar a otro tuit	1
Mención a otro candidato	1
Mención a otra persona	0
Propuesta	6
Tema de la agenda	0
Citar el lugar de gira de campaña	0
Cita de entrevista	0
Cita de algún medio	0
Encuesta	0
Cita de nota periodística	0

Fuente: Elaboración propia

Jaime Rodríguez Calderón

Sin lugar a dudas, Jaime Rodríguez Calderón, mejor conocido como El Bronco, llegó a este ejercicio gracias al fallo del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, que lo permitía participar. Emitió 33 tuits, 29 propios, 4 retuits: 2 de ellos de medios de comunicación, 1 de su esposa y 1 de sus colaboradores. 23 tuits incluyeron hashtags, como: #MéxicoBronco, #DebateINE, #Elecciones 2018. 4 tuits

incluyeron fotografías, 1 corresponde al tuit de su esposa, otro a BuzzFeed y 2 del antes y después del debate. Sólo compartió 1 tuit con infografía sobre un comentario que hizo en el debate. 7 tuits con videos: 6 sirvieron para ilustrar sus propuestas y 1 hacía directamente referencia a AMLO. Lo interesante fue que en 1 tuit citó a otro tuit, precisamente del comediante Chumel Torres, quien aplaudía la propuesta de cortarle la mano a los delincuentes.

En cuanto a menciones de otros candidatos destinó 5 tuits, en 3 mencionó a AMLO, Meade y Anaya, en 1 a Zavala. 1 tuit donde habla de todos los partidos políticos. 14 tuits sobre sus propuestas, de las cuales, en una aseguró que “En Nuevo León no tenemos ningún programa asistencialista”, frase o propuesta falsa, el equipo de Verificado 2018 se encargó de investigar ese dicho y demostró que existen los programas: “pasajes para transporte, el pago de servicios funerarios, para medicinas, hospedaje...” (VERIFICADO, 2018) con ello dejando claro, el uso de la mentira en sus propias propuestas. Por último 1 tuit sobre el lugar de campaña.



Jaime Rodríguez, 1er debate presidencial, 22 de abril de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	33
Tuits propios (escritos por él)	29
Retuit	4
Hashtag	23
Fotografía	4
Infografía	1
Video	7
Transmisión	0
Link	0
Citar a otro tuit	1
Mención a otro candidato	5
Mención a otra persona	1
Propuesta	14
Tema de la agenda	0
Citar el lugar de gira de campaña	1
Cita de entrevista	0
Cita de algún medio	0
Encuesta	0
Cita de nota periodística	3

Fuente: Elaboración propia

2do debate

Tras la renuncia de Margarita Zavala como candidata, El Bronco tomó la bandera de ser el único y el real candidato independiente.

Emitió 27 tuits, todos propios y con hashtags, sólo agregó: #ProhibidoRendirse. 1 tuit con fotografía, de él y su familia. 10 infografías, en 1 menciona a Anaya, las demás fueron de sus propuestas, dejando en claro que no usó esta herramienta para el golpeteo, 6 tuits con video, todos sobre sus propuestas, 3 tuits con links, todos invitando a seguirlo en Facebook.

2 tuits con menciones de algún candidato, uno haciendo referencia a Meade, AMLO y Anaya, y otro exclusivo de Anaya, 1 tuit para hacer mención de Donald Trump, y por último 14 tuits fueron de sus propuestas.

Javier Rodríguez, 2do debate presidencial, 20 de mayo de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	27
Tuits propios (escritos por él)	27
Retuit	0
Hashtag	27
Fotografía	1
Infografía	10
Video	6
Transmisión	0
Link	3
Citar a otro tuit	0
Mención a otro candidato	2
Mención a otra persona	1
Propuesta	14
Tema de la agenda	0
Citar el lugar de gira de campaña	0
Cita de entrevista	0
Cita de algún medio	0
Encuesta	0
Cita de nota periodística	0

Fuente: Elaboración propia

3er debate

Su participación careció de brillo y eso también se ve reflejado en el número de tuits que emitió 11, todos propios y con hashtags, pero ahora haciendo variaciones, usando #México, #Yucatán y #MéxicoIndependiente, tratando de buscar generar simpatía con los votantes indecisos. Compartió como su costumbre 1 tuit de una foto de él y su familia. 3 infografías todas sobre sus propuestas, 1 tuit con video sobre sus propuestas. Emitió 1 tuit con transmisión en vivo, 1 tuit donde hizo mención de sus 3 adversarios, 3 tuits sobre propuestas de campaña, 1 tuit sobre tema de agenda correspondiente a que México será sede del mundial de fútbol 2026, y 2 tuits sobre el lugar donde se encontraba.

Jaime Rodríguez, 3er debate presidencial, 12 de junio de 2018	
	Total
Número de tuits emitidos durante ese día	11
Tuits propios (escritos por él)	11
Retuit	0
Hashtag	11
Fotografía	1
Infografía	3
Video	1
Transmisión	1
Link	0
Citar a otro tuit	0
Mención a otro candidato	0
Mención a otra persona	1
Propuesta	0
Tema de la agenda	3
Citar el lugar de gira de campaña	2
Cita de entrevista	0
Cita de algún medio	0
Encuesta	0
Cita de nota periodística	0

Fuente: Elaboración propia

De los 5 candidatos que participaron en los debates, quien debió apoyarse más en las redes sociales era precisamente Jaime Rodríguez Calderón, porque precisamente fue quien menos presencia tuvo en Radio y Tv.

CONCLUSIONES

El pequeño pero significativo análisis que se realiza nos permite comprender de mejor forma el comportamiento que tuvieron los candidatos a la presidencia de México durante los tres debates celebrados, por una parte, el Instituto Nacional Electoral organizó estos espacios precisamente para que los candidatos presentaran sus propuestas de gobierno, y por lo menos en sus cuentas Twitter se observa que decidieron darle mayor peso a las agresiones, siendo el Andrés Manuel López Obrador quien más menciones tuvo durante los 3 debates.

Otro aspecto a destacar es precisamente que los candidatos dedicaron menos de la mitad de sus mensajes en estas redes sociales a sus propuestas de gobierno. Lo cual demuestra que sus intereses eran más bien de posicionar en la opinión pública alguna acusación o comentario negativo contra alguno de sus adversarios que precisamente posicionar sus distintas propuestas.

Un claro ejemplo de lo anterior lo podemos ver en el primer debate presidencial en el cual la propuesta de Jaime Rodríguez Calderón, de cortarle la mano a las personas que roben se posicionó inmediatamente en la discusión de las redes sociales, otro ejemplo lo vemos en el segundo debate cuando Ricardo Anaya trata de increpar directamente a Andrés Manuel López Obrador y este responde guardando su cartera. De igual forma este suceso tuvo más impacto que las propuestas de ambos, en ese mismo encuentro también se documentó el dicho de AMLO sobre Ricardo Anaya, cuando lo llama “Ricky Riquín Canallín”. Estos casos nos permiten entender el grado de interés que tuvieron los participantes al momento de ofrecer información al electorado.

Otro aspecto que nos da el presente análisis es precisamente el uso de información falsa por parte de los contendientes que la iniciativa Verificado 2018 permitió corroborar y mitigar el impacto de los llamados Fake News que hicieran los propios candidatos. Lo interesante de esto fue precisamente que los aspirantes presidenciales no sólo emitieron la información durante su participación durante el debate presidencial en la Televisión y la Radio, sino que consideraron importante transmitirla por medio de sus redes sociales, buscan un mayor impacto posible.

Para concluir, los tuits emitidos por los candidatos a la presidencia, dejan ver que tan abiertos son los políticos al uso de estos nuevos medios de comunicación, más cuando Twitter permite la interacción directa con los ciudadanos, dejando realizar un ejercicio democrático al buscar escuchar a sus simpatizantes o no simpatizantes.

Este análisis ayudo a entender que los candidatos ven este espacio como un medio tradicional de comunicación en el cual sólo emiten un mensaje y no deciden escuchar la respuesta de los receptores, también ayuda a comprender como en este proceso electoral los candidatos por lo menos en los 3 debates se centraron más en atacarse que en presentar las propuestas que están dispuestos a difundir y por lo tanto a debatir, para que de esta forma el electorado tuviera mayores elementos al decidir su voto, y con ello no recaer en tomar su decisión a partir de la simpatía o culto por el liderazgo del candidato.

Veo que, en materia de redes sociales, la democracia mexicana no ha superado la barrera de integrar a la sociedad al debate e intercambio de ideas para construir un mejor proyecto de nación.

BIBLIOGRAFÍA

1. CAMPOS, Roy (2018) "México: Encuestas de salida 4 elecciones presidenciales 2000-2018", Consulta Mitofsky <http://www.consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/elecciones->, 30 de julio de 2018.
2. VERIFICADO 2018, (2018) "Gustavo Ponce, René Bejarano y Carlos Ímaz vuelven a ser tema de campaña", <https://verificado.mx/ponce-bejarano-imaz-amlo/> Consultado el 18 de agosto de 2018.
3. VERIFICADO 2018, (2018) "Sobre la verificación del debate presidencial y las precisiones de Anaya y Meade", <https://verificado.mx/verificaciones-segundo-debate-presidencial/> Consultada el 15 de agosto de 2018.
4. SALGADO, Agustín, (2018), Verificado 2018, "La familia política de un colaborador de AMLO es socia de filial de Odebrecht" <https://verificado.mx/amalia-de-un-colaborador-de-amlo-es-socia-de-filial-de-odebrecht-falso/> Consultado 29 de junio de 2018.
5. NICOLAI, Aldo, (2018), Verificado 2018, "La fotografía que mostró Anaya sobre López Obrador y Peña Nieto es de 2012" <https://verificado.mx/fotografia-lopez-obrador-pena-nieto/> Consultada el 12 de agosto de 2018.
6. VERIFICADO 2018, (2018), "¿Verdades o mentiras? Esto dijeron los candidatos sobre seguridad y violencia en el primer debate", <https://verificado.mx/verdades-mentiras-candidatos-seguridad-violencia-debate/> consultada el 20 de agosto de 2018.