

## ***8. Día de la jornada electoral***

MARÍA ORNELAS OROZCO Y  
MARÍA MAGDALENA SOFÍA PALÁU CARDONA

En este texto se presenta el análisis del tema de la cobertura de los medios de comunicación el día de la jornada electoral, como parte de una investigación realizada por el equipo de investigación Quid ITESO: Análisis Crítico de Medios, en la que se analiza el funcionamiento del sistema de comunicación política y el manejo de los medios de comunicación que se llevó a cabo en las elecciones locales de Jalisco de 2012.

En dicha contienda electoral compitieron para ser gobernador del estado los candidatos: Aristóteles Sandoval Díaz del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Enrique Alfaro Ramírez del Movimiento Ciudadano (MC), Fernando Garza Martínez del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Fernando Guzmán Pérez Peláez del Partido Acción Nacional (PAN) y María de los Ángeles Martínez Valdivia por el Partido Nueva Alianza (PANAL).

Al final de la contienda ganó Aristóteles Sandoval, dejando en segundo lugar a Enrique Alfaro (con cuatro puntos porcentuales de diferencia) y en tercer lugar al candidato del partido en el poder Fernando Guzmán.

### **OBJETIVO GENERAL**

Observar el sistema de comunicación política del estado de Jalisco durante la jornada electoral del 1 de julio de 2012,

con énfasis en la publicación y circulación de encuestas, en la cobertura informativa en distintos medios de comunicación y comunidades virtuales, así como en el cumplimiento de la legalidad de todos los actores e instituciones involucradas en el sistema.

## PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

La pregunta que orientó el trabajo realizado sobre el día de las votaciones fue: ¿cómo fue y de qué calidad la cobertura que los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) hicieron de la jornada electoral ocurrida el 1 de julio de 2012? ¿qué incidencia tuvieron las redes sociales en el día de las votaciones?

## DISEÑO METODOLÓGICO

Para indagar sobre la calidad del día de las elecciones Quid ITESO: Análisis Crítico de Medios realizó una observación y monitoreo de medios durante la jornada electoral y una investigación cualitativa a partir de entrevistas semiestructuradas durante los meses siguientes con el fin de contrastar y complementar la información recabada. A continuación se expone el diseño metodológico de ambos acercamientos.

### **Monitoreo el 1 de julio 2012**

El día de la jornada electoral el equipo de observadores realizó el trabajo de monitoreo en dos momentos. El primero fue el 1 de julio de 10:00 a 12:00 horas. A lo largo de estas horas, cada estudiante monitoreó un medio de co-

municación y llenó una ficha de observación.<sup>1</sup> Este primer ejercicio sirvió para sondear cuál era el menú informativo que presentaron los distintos medios de comunicación y comunidades virtuales que integran el sistema de comunicación política. El segundo momento fue de las 17:00 a las 23:00 horas. En estas seis horas el equipo se dedicó a observar en tiempo real el sistema de comunicación política (prensa, radio, televisión, medios en la Internet, así como cuentas de Facebook y Twitter). Simultáneamente un equipo encargado de la comunicación del observatorio intervino de manera constante en las redes sociales proporcionando información sobre el desempeño de los medios durante la jornada.

Para la realización del monitoreo de medios electrónicos y comunidades virtuales durante la jornada electoral se diseñaron instrumentos de recolección específicos para cada tipo de medio. Se monitorearon diez sitios de comunidades virtuales de los cinco candidatos contendientes; cuatro periódicos en su versión impresa y digital;<sup>2</sup> cuatro estaciones de radio;<sup>3</sup> cinco canales de televisión;<sup>4</sup> un sitio

1. Los estudiantes que participaron en este trabajo son José Enrique Aceves Muñoz, Julio Ramsés Agraz Aguirre, José Ramón Becerra Zendejas, Lydia Margarita Duarte Delgado, Mariana Esquinca Vereza, Carolina Flores Madera, Alejandra González Macías, Héctor González Reyes, Carla Hernández Ramírez, Silvana Jiménez Valenzuela, Sofía Lamadrid Isoard, Denisse Mendoza Hernández, Alan Giovanni Murillo Gámez, Mauricio Orozco Rodríguez, Alejandro Paredes Salas, Abril Rayas Paredes, Yolanda María Sánchez Castro, Yosemite Santiago Franco, Carlos Ignacio Serrano López y Adrián Strozi Méndez. La coordinación del trabajo estuvo bajo la responsabilidad del maestro Juan Larrosa-Fuentes y la doctora María Magdalena Sofía Paláu Cardona.

2. Se dio seguimiento a cuatro periódicos de circulación local: *El Informador*, *Mural*, *La Jornada Jalisco* y *Milenio Jalisco*.

3. Se observaron las estaciones Milenio Radio (89.1 fm), Jalisco Radio (96.3 fm), Radio Universidad (104.3 fm), Radio Metrópoli (1150 am) y Zona Tres (91.5 fm)

4. Se realizó la observación de cinco canales de televisión locales que cubrieron la jornada electoral: GDL Tu estación de Televisa, el Canal 7 del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, Megacanal de Megacable, ochoTV de Telecable de Zapopan y el Canal 44 de la Universidad de Guadalajara.

de información en la Internet;<sup>5</sup> las cuentas del movimiento #YoSoy132, y el portal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Jalisco (IEPCJ). En todos los casos los medios monitoreados son del ámbito local.

Al final de la sesión de observación, cada equipo de trabajo entregó un informe sobre las características del flujo informativo en el medio o la red social que le tocó observar. El reporte contenía datos cuantitativos y cualitativos. Los informes fueron redactados en un lenguaje periodístico y fueron distribuidos a los medios locales en la madrugada del lunes 2 de julio.

### **Acercamiento cualitativo**

El equipo de investigación del Quid ITESO: Análisis Crítico de Medios, conformado por José Ramón Becerra, María Ornelas, Karla Zaragoza, Elizabeth Torre, Adrián Strozzi y Sofía Lamadrid, realizó en un periodo de tres meses (septiembre a noviembre de 2012) una investigación cualitativa sobre la comunicación política y el manejo de los medios de comunicación en el periodo electoral de Jalisco de 2012.

Se hicieron 13 entrevistas semiestructuradas, conformadas con base en una batería de preguntas seccionadas en los diferentes temas de la investigación: spots, agenda, debates, encuestas, redes sociales, violaciones a la ley, redes sociales y jornada electoral.

Algunas de las preguntas con las que se trabajó en las entrevistas fueron: ¿cambió la dinámica de trabajo (en el

5. Se observó a Proyecto Diez.

medio) durante el día de la jornada electoral? ¿se percibió en alguno de los medios alguna tendencia favorecedora en la cobertura hacia algún candidato? ¿cómo calificas la cobertura a la jornada electoral en los medios de la zona metropolitana de Guadalajara (ZMG)? ¿hubo alguna instrucción especial durante ese día? ¿cómo fue el contacto con los jefes de campaña durante la jornada? ¿cómo influyeron las redes sociales de los candidatos y de sus equipos de campaña durante la jornada electoral? entre otras.

Se adaptó la estructura y el número de preguntas para que fueran referidas al ámbito profesional del entrevistado. Durante la entrevista, se hicieron ligeras variaciones en su configuración, dependiendo del contenido y la dirección que tomaban las respuestas de los entrevistados.

Las entrevistas tuvieron una duración de una hora aproximadamente y se hicieron a diferentes actores que intervinieron en la comunicación política del periodo electoral de Jalisco, bajo carácter anónimo: periodistas, académicos, un experto en marketing político, un experto en redes sociales, directores de medios e integrantes de movimientos sociales. Todas fueron grabadas en audio, para después ser transcritas a texto.

A continuación, se presenta el análisis de la cobertura de los medios el día de la jornada electoral, organizado en tres subtemas: cobertura y tratamiento de los medios, el papel de las encuestas en la jornada electoral, y la actividad en las redes sociales.

## RESULTADOS

### **Cobertura y tratamiento de los medios sobre las votaciones el 1 de julio**

#### Cobertura

Dos rasgos caracterizaron la cobertura de los medios locales el día de las elecciones. Por una parte hay que señalar que se abrieron muchos espacios especiales tanto en radio como en televisión para abordar el tema de las votaciones, así como en la prensa la mayor parte de la información estuvo relacionada con el proceso electoral. Es claro que se invirtió gran cantidad de recursos humanos y materiales para dar cuenta de los sucesos del día. El segundo rasgo característico de la cobertura es que en casi todos los medios electrónicos (radio y televisión) monitoreados se organizaron y presentaron mesas o paneles para analizar la jornada, algunos con la presencia de expertos o analistas reconocidos.

En la reflexión que hacen periodistas, académicos y políticos entrevistados hay coincidencia en que la cobertura de los medios al tema electoral fue amplia: “Los medios hicimos nuestra parte, en general hubo coberturas, se estuvo orientando al público en algunos de ellos, se estuvieron diciendo las cosas tal cual, entonces me pareció que en general bien ¿no? Me parece que en lo general fue una buena cobertura”.

Sin embargo, se reconoce que estuvo centrada en la cotidianidad, que faltó profundizar más, dar cabida a mayor número de voces, buscar formas de hacer más novedosa la

cobertura y lograr que los espacios en los medios realmente sirvan para promover la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones: “Hubo mucha cobertura, hubo poco análisis de los conflictos electorales que se vivieron, poca información acerca de las trampas, acerca del comportamiento de los representantes de casillas, la cobertura electoral se limitó a las áreas urbanas, no hubo cobertura electoral en las áreas rurales, en las casillas más apartadas, deficiente”.

Un periodista coincide al manifestar que les faltó ser más autocríticos, más profundos, cubrir lo que pasaba en las comunidades, de tal manera que no fueran solo las voces de los candidatos. La investigación de Quid el día de la jornada detectó que los medios en general abundaron en temas como actividades de los candidatos, denuncias, instituciones y encuestas, pero en cuestiones de análisis y comunicación renovada fue casi nulo lo que se pudo percibir.

### Tratamiento

Respecto al tratamiento dado a la información de ese día, se observó que durante la jornada el trabajo informativo de quienes enfocaron su tarea al proceso local estuvieron más centrados en cubrir incidentes menores como es el reiterado caso de las casillas especiales, el ejercicio del voto de los candidatos, el tamaño de las filas para sufragar y demás. Esta información se presenta, en la mayoría de los casos, a través de crónicas y notas de color. Una segunda característica es que hubo enfoques diferenciados en los medios, algunos pusieron mayor atención y presen-

taron más información del ámbito federal mientras que otros se enfocaron más en el proceso local. El tercer rasgo que caracterizó el tratamiento que la prensa, la radio y la televisión dieron a la información del día de las votaciones es la tendencia de algunos medios a favorecer a los candidatos del PRI. Esta tendencia se registró tanto en los espacios expresamente informativos como en las mesas y los paneles de análisis que organizaron y presentaron al final de la jornada.

Los entrevistados señalaron que los medios de comunicación tienen una predilección hacia la información central, es decir, a la información del ámbito federal.

Un integrante del movimiento #YoSoy132 advirtió una inclinación marcada de los medios hacia lo que ocurría con las elecciones federales, relegando las elecciones locales a un segundo plano. A lo que un académico del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) explica que el hecho de que las elecciones sean concurrentes esclarece que el ánimo y el interés dirigido a lo federal domine lo estatal y esto se ve reflejado en el tipo de comentarios, participaciones y el grueso informativo que se le dedica a cada ámbito electoral. Este planteamiento también explica por qué casi todos los entrevistados, tanto académicos como periodistas, tuvieron una tendencia a responder con elementos de lo que ocurrió a nivel nacional, aunque las preguntas fueran dirigidas al ámbito local.

Sin embargo, a pesar de la percepción general sobre la información orientada a lo federal, el equipo Quid registró que algunos de los medios analizados se enfocaron a las noticias locales durante la jornada electoral.

Los periódicos analizados dedicaron gran parte a temas locales, como lo fue *Milenio Jalisco* que dio mayor cantidad de notas a temas de elección local que federal, los únicos candidatos a presidente que se cubrieron en notas particulares fueron Enrique Peña Nieto y Andrés Manuel López Obrador.

En el caso de *El Informador* mostró un equilibrio entre la información nacional y local. Presentó los nombres de candidatos a la presidencia así como a gobernador del estado, también se incluyeron cifras acerca del número de mexicanos y jaliscienses que votarían.

*Mural* en su versión impresa dedicó casi en su totalidad la primera plana a la cobertura de la jornada electoral en los dos ámbitos (local y federal). Se publicaron tres notas, la más grande cubrió el perfil del padrón electoral. Hubo una nota dedicada a la contienda por el gobierno de Jalisco.

En cuanto a *La Jornada Jalisco* dedicó su versión impresa a las elecciones en Jalisco, se presentaba una nota sobre los intentos del PAN Jalisco por conseguir votos.

En el medio radiofónico, las estaciones monitoreadas mostraron coberturas diversas: instituciones, denuncias, interacciones con el público, tanto federal como localmente, con algunas excepciones, como lo fue *Milenio Radio* que, contrastando con su versión impresa, no dio casi ningún seguimiento al ámbito local, y en el lado opuesto *Radio Metrópoli* en la que se centró por completo en el ámbito local.

En las televisoras analizadas, aunque con diferentes inclinaciones políticas en la información transmitida, todas centraron su cobertura en los sucesos locales y estatales casi en su totalidad.

Respecto al tratamiento que tuvieron las notas en relación con los candidatos a la gubernatura de Jalisco el día de la jornada electoral, un periodista expresó que hubo medios que tuvieron una preferencia clara hacia algún partido político, otros que estuvieron más o menos inclinados y ejemplificó que había algunos que si tenían cinco opciones se centraban en dos, explicó que hubo distintas modalidades de cobertura dependiendo del medio. Otros tres periodistas afirmaron que se transmitió de una manera permanente, equitativa y plural en los respectivos medios en los que colaboran, donde se le destinó espacio informativo equilibrado a los tres candidatos más fuertes de la contienda.

Discrepando con esta aseveración, académicos afirman que percibieron una tendencia favorecedora por parte de algunos medios al candidato del PRI, ahora gobernador del estado, Aristóteles Sandoval: “en Jalisco hubo una clara intención de posicionar a Aristóteles como gobernador. ¡Clarísima! de hecho, y es algo que luego mucha gente no retomó, pero si te acuerdas el primer conteo rápido que dio a Aristóteles como ganador por diez puntos, y ya después se subieron todos, fue TV Azteca”; “a mí incluso me tocó ir al Canal 44 a un programa especial que empezó a las diez de la noche, y la intención era ‘tenemos que decir que ganó Aristóteles’, no lo decían así, pero de los invitados que estábamos ahí, todos estaban con ese discurso”.

Para ahondar más en la preferencia que se le da a los distintos partidos políticos en cada espacio informativo el día de las votaciones, a continuación se presentan los datos arrojados por el monitoreo de Quid, en el cual se demuestra el tratamiento de la información, la línea edi-

torial y los temas que se abordaron, para así apreciar las prioridades temáticas y tendencias políticas de los medios el día de la jornada electoral: en la prensa escrita se observó que *El Informador*, en su versión impresa, mantuvo una tendencia neutral al no enfocarse precisamente a los candidatos en sí. Las notas al interior trataron tres temas principalmente: la descripción a detalle de la jornada en Jalisco, declaraciones del Instituto Federal Electoral (IFE) acerca de la transparencia con la que se realizarían los comicios y el papel que tendría #YoSoy132 como vigilante de las elecciones en el estado. En el monitoreo de la página en línea, se encontró que de las 10:00 a las 12:00 horas el periódico estableció la agenda que se tuvo a lo largo del día. Las notas registradas en la primera ventana, al igual que las presentes en la sección de “Elecciones Jalisco 2012”, hablaron sobre diversos acontecimientos en las casillas del país como denuncias, irregularidades, suceso violentos, tardanzas e insuficiencia de boletas, así como el papel del IEPCJ y el IFE en el desarrollo de la jornada, temas que se mantuvieron en el monitoreo de las 18:00 a las 20:00 horas. Las notas presentadas al principio del portal se relacionaron en su mayoría con actividades del IEPCJ.

*Milenio Jalisco*, en su versión en línea, actualizó la nota titular de su página de inicio de acuerdo con los resultados de encuestas, y la actividad y declaraciones de candidatos. Cubrió las declaraciones de Aristóteles sobre su triunfo y la respuesta de Alfaro ante tal afirmación. Fernando Guzmán apareció únicamente en un titular. Fernando Garza y María de los Ángeles Martínez no aparecieron en titulares de notas en la primera ventana del portal de este diario. En cuanto a violaciones a la ley e irregularidades durante

la votación, el periódico mantuvo una cobertura estatal que incluyó los temas de urnas electrónicas, incidentes declarados por el IFE, casillas instaladas e insuficiencia de casillas especiales.

*La Jornada Jalisco* dedicó la primera plana de su versión impresa a una nota desfavorable para el PAN sobre los intentos del mismo por conseguir votos. En notas interiores publicó dos notas favorables para el PRI y las demás hablaron sobre los comicios y lo que se esperaba de ellos. Dedicó tres notas al grupo #YoSoy132 y su incidencia en las campañas y jornada electoral. En su versión digital, desde que se inició la codificación de las notas publicadas, de las 10:00 a las 12:00 horas, le dio la primera nota a Aristóteles Sandoval y al PRI. La mayoría de las otras notas publicadas durante este periodo de tiempo analizado fue dedicada a lo que se esperaba de la jornada electoral y al papel del IFE y el IEPCJ.

De la codificación de las 18:00 a 22:00 horas, *La Jornada Jalisco* mantuvo en la primera nota actividades del candidato del PRI. Dedicó la mayoría de sus notas periodísticas a los incidentes, irregularidades y violaciones a la ley que se estuvieron dando durante la jornada electoral. Al comenzar los resultados del Programa de Resultados Preliminares (PREP), dedicó dos notas dando los resultados más importantes. Al final de la noche, comenzó a publicar piezas informativas en las que los candidatos del PAN, tanto federales como estatales, reconocían su derrota y dos notas sobre la negativa de Enrique Alfaro a aceptar la derrota.

*Mural* no dio tratamiento preferencial a ningún candidato en su versión impresa sino que mantuvo una línea neutral. En el interior del periódico se publicaron dos no-

tas relacionadas a candidatos al gobierno de Jalisco. En el primer monitoreo en la versión digital se observó que este periódico se enfocó en el seguimiento de tres temas que destacaron por su presencia: la actividad de los candidatos a gobernador de Jalisco en las primeras horas de la jornada electoral, las irregularidades en las urnas electrónicas y los municipios que tuvieron que cambiarlas por boletas y la denuncia hecha por Enrique Alfaro sobre las llamadas proselitistas en su nombre en tiempo de veda, lo que el candidato calificó como guerra sucia.

En el sitio *web* destacó el seguimiento a las declaraciones de triunfo del PRI como las notas más importantes, tanto para las elecciones federales como para las locales. El portal tenía una pestaña dedicada a las elecciones en Jalisco y a las 19:00 horas desapareció. Fue sustituido con un conteo del PREP del IFE con actualización automática de los resultados por el presidente de la república y gobernador de Jalisco.

En lo que se refiere a la cobertura que hizo la radio se pudo observar que en general hubo una cobertura de corte informativo, invitando a la ciudadanía a denunciar irregularidades y orientando a aquellos que tuvieran dudas sobre las elecciones. Sin embargo, sí hubo una clara línea editorial en algunas estaciones.

En Milenio Radio la cobertura matutina fue dirigida por Carlos Puig, Marisa Iglesias y Tania Díaz, y se enfocó en su totalidad a las elecciones federales, con una sola nota relacionada a las elecciones locales. Las notas se centraron en la cobertura de la votación de los candidatos a la Presidencia, así como de las dificultades encontradas en las casillas especiales. Cabe destacar que, aunque las notas en sí fueron objetivas, los comentarios de los presenta-

dores, en especial de Carlos Puig, mostraban una clara preferencia a los candidatos del PRI. En el segmento de las 18:00 a las 20:00 horas la cobertura fue local, teniendo como presentadores a Jaime Barrera y Maricarmen Rello, quienes dieron cobertura de forma precisa y objetiva. A partir de las 20:00 horas, la transmisión volvió a ser federal, con los presentadores Ciro Gómez Leyva, Carlos Marín y Carlos Puig. La tendencia mostrada en el espacio matutino se repitió, pues le daban el triunfo a Enrique Peña Nieto cuando había menos de 1% de los votos contados.

Jalisco Radio en su cobertura del 1 de julio se enfocó en observar a las instituciones y el proceso en general, en vez de enfocarse en lo que hacían los partidos políticos. El programa matutino, dirigido por Javier Vera y Samuel Muñoz, se utilizó para hacer denuncias ciudadanas de irregularidades en las casillas. Por la noche, continuaron con las denuncias ciudadanas, pasando a los resultados preliminares alrededor de las 20:00 horas. No se detectó una tendencia fuerte hacia algún candidato en específico.

Radio Metrópoli inició su cobertura a las 7:00 horas de la mañana y se centró casi por completo en el proceso local. Su tratamiento se caracterizó por ser muy interactivo con su público, pues se orientaba en vivo a la ciudadanía que se comunicaba con el medio a través de las redes sociales y los teléfonos, además de dar testimonios de la experiencia vivida por los radioescuchas. Presentado por Ricardo Camarena y Talina Radillo en ambos horarios monitoreados, el seguimiento fue puntual y objetivo, dando prioridad a los sucesos que acontecían y a la observación de las instituciones, en especial del IEPCJ, con quienes tuvieron enlaces directos para conocer su versión de los hechos del día.

Radio Universidad tuvo una cobertura presentada por Josefina Real, Karla Planter y Cecilia Márquez, y su enfoque, además de informar sobre los hechos de la contienda electoral, fue ser un portal de la información generada por otras fuentes periodísticas, pues comparaban los resultados de las encuestas que grupos como *Mural*, TV Azteca y Radorama difundían en sus respectivas emisoras. A lo largo de la jornada se presentaron los puntos de vista de los diferentes partidos, así como la cobertura en sus casas de campaña. En cuanto a tendencia, aunque hubo una menor cobertura en las notas referentes a Enrique Alfaro, al tocar información referente a él lograron mantenerse imparciales y presentaron información completa y puntual.

En la estación Zona Tres, Paulo Orendain, junto con una gama de reporteros, dirigieron la presentación de noticias en la estación, la cual tenía espacios tanto locales como nacionales. La tendencia fue claramente priista, pues aunque reportaban información de todos los partidos políticos, la mayoría de las notas mostraba datos negativos hacia los contrincantes del PRI o en su defecto el presentador hacía comentarios que ponían en duda a los mismos. Daban poca posibilidad de triunfo a Enrique Alfaro, a tal punto que se cuestionaron por qué no salía a aceptar la derrota, como lo había hecho Josefina Vázquez Mota. Cuando un radioescucha les hizo notar por Twitter que estaban siendo tendenciosos, los presentadores se rieron, insistiendo que solo reportaban la realidad.

En cuanto a la televisión las observaciones de Quid sobre la cobertura que hicieron a las elecciones se presentan a continuación.

GDL Tu estación comenzó la transmisión desde las 9:00 horas del 1 de julio, con un programa especial informa-

tivo llamado *Decisión 2012*. Miguel Ángel Collado fue el conductor del programa hasta las 10:00 horas, dejando la transmisión continua para ofrecer cortes noticiosos cada 30 minutos. En estos cortes se informó sobre el desarrollo del proceso con una cobertura muy general de la actividad del día enfocados en el estado de Jalisco. A las 18:00 horas se retomó la cobertura continua con Miguel Ángel Collado al frente. A lo largo de la transmisión se pudo identificar una muy evidente tendencia que beneficiaba al PRI, ya que solo a militantes de dicho partido se les dio espacio en vivo para hablar de los resultados preliminares de la elección donde se les declaró ganadores en casi todas las elecciones mencionadas. Cuando se hablaba de militantes de otros partidos, el tratamiento no era favorable.

El Canal 44 se encargó de las elecciones mediante un programa especial informativo que estuvo a cargo de Ricardo Salazar, Josefina Real y Karla Planter. Se enfatizaron las denuncias que la ciudadanía reportó a lo largo de la jornada y, cuando el flujo de información se comenzó a dar por el PREP, en este canal se apuntó a Aristóteles como el virtual ganador de la elección de gobernador de Jalisco, además se notó mucho interés por el acto programado para la celebración del candidato del PRI en la glorieta de la Minerva y se le otorgó una cantidad importante de tiempo a cubrir este evento que antes de un conteo significativo ya daba como candidato ganador a Aristóteles Sandoval.

El ochoTV de Telecable tuvo una cobertura sobre el proceso electoral en Jalisco que se llevó a cabo en dos etapas importantes. La primera fue durante el programa *Esquinas* en donde Leonardo Schwebel, Ramiro Escoto, Óscar Ábrego y Gabriel Ibarra calificaron la jornada como tranquila, con pequeños incidentes que calificaron como

leves y con un tratamiento del tema enfocado en la participación de la gente, algunos errores de organización y de las urnas electrónicas que en varios casos no funcionaron como debieron. A partir de las 20:00 horas, Ramiro Escoto y Leonardo Schwebel tornaron el espacio de análisis en un programa informativo, donde fueron presentando resultados del PREP y se fue actualizando la información según se desarrollaba la noche. Se pudo percibir una tendencia favorecedora el tratamiento de la información con respecto al PRI a nivel federal, estatal y municipal. Algo que resaltó fue la invitación de los presentadores al público a respetar los resultados de las elecciones.

Por su parte, Megacanal desarrolló una transmisión continua a lo largo del día, en donde se mantuvo una postura neutral, enfocada a informar sobre la jornada electoral. La cobertura fue equilibrada para todos los partidos políticos. En contraste a los anteriores, Megacanal llevó una cobertura neutral, donde lo que más se resaltó fueron hechos particulares de guerra sucia entre partidos políticos a nivel estatal, la participación de la gente para ejercer su derecho a votar y denunciar las anomalías que se detectaban en las diferentes casillas del estado.

El Canal 7 (C7) del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV) tuvo una cobertura especial del proceso electoral, con énfasis en el estado de Jalisco. Mencionó escasa información sobre las elecciones federales o de otros estados. Se notó una cobertura neutral y con un formato que daba lugar a la opinión de la sociedad por medio de redes sociales y el *call center* del SJRTV. Conforme fue avanzando la noche, el formato del programa cambió para abrir un espacio de análisis con dos invitados especiales, quienes con imparcialidad, dieron su opinión sobre temas

generales con respecto al proceso. Durante este bloque se mostró una mayor importancia a la elección federal y se disminuyó la cobertura al proceso local.

Al respecto de todo lo mencionado antes sobre equidad y tendencias de los medios, un experto en marketing político explica que los medios nunca van a ser equitativos, que pueden ser equitativos en cuanto a que cubran en la misma forma, pero nunca van a ser iguales si son de derecha o si son de izquierda, también consideró que los medios buscan equilibrio en su cobertura entre lo legal y el interés que tengan, es decir, sus intereses son proporcionales a la información que transmiten hasta donde el margen de la ley les permite.

### **Las encuestas de salida y los resultados preliminares: una guerra de números para llenar el vacío informativo, una estrategia política que rebasa a las instituciones electorales**

Las encuestas se han vuelto cada vez más un factor clave para los procesos electorales en este país. La opinión pública y el rumbo de las campañas se alimentan de ellas. Algunos especialistas argumentan que pueden determinar el voto, mientras otros intentan dar una perspectiva más “científica” del ejercicio estadístico. Esta ambigüedad ha llevado a que por ley no se puedan publicar, por ningún medio, resultados de encuestas tres días antes de la elección. Asimismo el día de la elección está prohibido dar resultados de encuestas de salida antes del cierre de las casillas. Ante esto, nos dimos a la tarea de observar y registrar la publicación, en diferentes medios, de la deno-

minadas “encuestas de salida”, que se supone tienen mayor veracidad por hacerse inmediatamente después de que el ciudadano emitió su voto. En nuestro país las encuestas se han vuelto un referente y una fuente de información para los medios de comunicación de masas. A través de la publicación de encuestas se generan noticias y debates en la opinión pública. Asimismo, la clase política ha asumido a las encuestas como una forma de legitimación de su capacidad para ocupar puestos en la administración pública. Como aclaran Berrueto y Corduneanu, “la encuesta pública es una fórmula que concilia el derecho de los ciudadanos a estar informados y el de los medios a informar” (2011: 10), por lo que la lectura de encuestas de salida se debe hacer desde esta perspectiva. Consideramos que las encuestas de salida funcionan para generar notas en los medios y llenar el vacío informativo que hay entre la elección y la muestra oficial de resultados. Adicionalmente pueden ayudar a legitimar los resultados oficiales. Por otro lado, si no existieran estas encuestas, la población en general se confundiría con información falsa y rumores. Esto seguro provocaría (más) descontentos y deslegitimaría a las autoridades electorales. Sin embargo, los resultados publicados en estas encuestas no coinciden siempre con los resultados finales.

Así, la primera encuesta de salida para gobernador de Jalisco que comenzó a aparecer alrededor de las 18:30 fue la de TV Azteca (a nivel nacional), realizada por la casa encuestadora Mendoza Blanco y Asociados. Esta posicionaba al candidato del Revolucionario Institucional, Aristóteles Sandoval, en primera posición en un rango entre 37.4% y 42.5% de las preferencias. En segundo lugar aparecía el

candidato del MC, Enrique Alfaro, con un rango entre 28,5% y 33,5%. Se confirmaba el hecho de que Acción Nacional, el partido en el gobierno, pasaba a la tercera posición ya que su candidato, Fernando Guzmán, acumulaba un rango entre 17,5% y 22% de las preferencias de los votantes. Por otra parte, Radiorama de Occidente publicaba casi al mismo tiempo resultados muy similares: 42% a Aristóteles Sandoval, 33% a Enrique Alfaro y 21% a Fernando Guzmán. Esta información circulaba en otros medios como el Canal 44 de la Universidad de Guadalajara (UDG), las estaciones de radio RMX y 91.5 Zona Tres y el canal del estado C7. A esta misma hora, en el Canal 44, el Canal 6 y ochoTV se transmitió la rueda de prensa de Clemente Castañeda, coordinador de campaña de Enrique Alfaro, que mostraba otros resultados que los favorecían. Daba 39,8% al candidato de MC, 38,5% al del PRI y 17,7% al del PAN.

Un fenómeno interesante en el proceso electoral de Jalisco fue el uso de las urnas electrónicas en los distritos 1 y 17, esto provocó que los resultados estuvieran listos una hora y media después de cerrarse la casilla. Para las 19:30 comenzaban a circular los primeros números oficiales que, aunque no fungían como una encuesta, daban un esbozo representativo de las preferencias fuera de la ZMG. Así, varios medios (Canal 44, C7, *Mural*, RMX) publicaron los resultados de estos distritos: 43,58% para el PRI-PVEM, 24,88% para el PAN, 20,59% para MC y 8,8% para el PRD. A esta misma hora en el Canal 6 aparecieron los resultados de la encuesta de salida de *El Universal* que daban 44% al PRI, 33% a MC y 17% al PAN. Para las 20:00 horas aproximadamente, Medios UDG hacía públicos los resultados de la encuesta que encargaron a Polimetric 3156, posicionando

a Sandoval con 39.5%, seguido de Alfaro con 30.6% y Guzmán con 21%.

Como se pudo observar, los números de las encuestas de salida se convierten en especulaciones más que en certezas. En Quid hemos reflexionado que las encuestas en sí se han convertido en un elemento discursivo de legitimidad y fuente de información para periodistas y políticos, más que un ejercicio analítico que funcione para ponderar el devenir de las campañas. Ante esto no resulta extraño que las encuestas de salida sean tan flexibles con los números y mantengan vivas las posibilidades de triunfo de los candidatos en contienda (y sus votantes). Con esto se consigue que la población se mantenga informada, que vislumbre las posibilidades de su candidato. Pero sobre todo se consigue que los medios tengan qué informar.

En las entrevistas se preguntó sobre el tema de los candidatos que se proclaman victoriosos antes de tiempo. Cuatro de los entrevistados convinieron que, aunque es una acción que no debería de ocurrir, también es una tradición, estrategia y lógica política que se hace en México y que en la práctica nada se los impide:

Es una estrategia, es una estrategia política que pretende preparar a los ciudadanos para cuando surjan las cifras oficiales, ya estén predispuestos, pero en el caso de Jalisco evidentemente era pues “el grito del ahogado” que tenía la última oportunidad de manifestar aquello que no era y que él, en el fondo, sabía que no era, no se viola la ley, pero los ciudadanos debemos tomarlo como una proclama política no como un resultado objetivo a partir de un conteo.

Pues eso ya es una tradición habitual en México, no hay una cultura democrática en ese sentido.

Si tu estrategia te sirve saliendo antes, aunque en teoría no tenga que ser, vas a salir antes. El PREP es parte de un conteo rápido y esos conteos los tienen casi cada casa de campaña.

Esa es una lógica política, todos lo van a hacer. Porque además nadie les prohíbe que lo hagan. Tan importante es ganar como hacer la percepción de que ganaste, por lo menos en política.

Otros entrevistados expresan su indignación sobre este tema, al advertir que es una acción política que sobrepasa a las instituciones encargadas, que genera desestabilidad y que no está en el marco legal:

¿Y por qué Alfaro dice que hay que esperarnos?, me acuerdo que dijeron, yo dije “no pues sí hay que esperarnos, porque es lo que dice la ley”. Finalmente no puedes declarar un ganador preliminar hasta el miércoles y eso es por ley.

Precisamente el PREP es el PREP, hay que esperar, una cosa es decir “los datos indican que usted va a ser eventualmente el candidato ganador”, porque el comportamiento de las sumas que se están haciendo así lo indican, a dar por hecho que, porque llevas una mayoría, una ventaja, nos pueden sorprender los resultados, es decir, pareciera que es como la fuente de la verdad el dato preliminar, no a mí no me parece, no estoy de acuerdo, deberíamos de ser más respetuosos y más analíticos

respecto de la información y como se puede pensar esa información, me pareció burdo, me tocó ver a Aristóteles en una entrevista en cadena nacional en *Milenio* ya como virtual ganador cuando apenas eran las ocho y media de la noche.

Dos horas y media, salen a la calle a festejar. Un triunfo que ni siquiera llevaba el 30% de los votos contados, y ellos ya estaban en la Minerva festejando.

[...] la oposición política está pésimamente malentendida en nuestro país, tiene que ser un contrapeso pero dentro de los límites de la ley, dentro de los límites de la ética y la democracia, no un contrapeso no más porque si, el problema es que no tienen ética, no tienen vergüenza, no tienen madre, porque empiezan a proclamarse ganadores sabiendo que no lo son, nada más para generar desestabilidad, no es ético, que volvemos a la pregunta de hace rato, ni siquiera es el marco legal, es el comportamiento de todos los que participamos en eso.

En cuanto a que los medios se presten como intermediarios para transmitir estas irregularidades, un académico explica que los medios se anticipan a dar noticias sobre ganadores electorales, antes de lo establecido legalmente, por conveniencia ya que es una forma de aliarse con el nuevo gobierno por entrar y después poder retribuirse en favores. Además, como ya se mencionó, se consigue que los medios tengan contenido informativo que atraiga a los receptores durante el día de las votaciones, aunque sea un acto ilícito.

## Las redes sociales y su actividad el día de las elecciones

En lo que concierne al uso de plataformas digitales y redes sociales el día de la jornada electoral observamos una sensible disminución de la actividad con relación a otros momentos del proceso de campañas como pudieron ser los debates entre candidatos o los momentos más álgidos de la guerra sucia. Sin embargo, un experto en redes sociales comentó que estas se usaron el día de la jornada electoral para tener un vínculo entre partidos y la ciudadanía, para hacer estrategias y conteos de votos a través de lo que subía la gente:

[...] una vez que se cerraron las casillas activamos una estrategia que llamamos el guardián electoral, no sé si lo viste, un sitio *web* donde le pedimos a la gente que subiera sus sábanas, una foto de la sábana de su casilla, entonces en el estado hay 8,900 casillas, son las que emite el instituto electoral del estado, recibimos 3,900 fotos de sábanas de casillas y las capturamos en el sistema que hicimos, entonces teníamos nuestro propio PREP, y estuvimos ese día y toda una semana procesando la información.

Asimismo, el uso de las redes sociales también sirvió como conexión entre los ciudadanos de diferentes lugares de la república para informarse de lo que iba aconteciendo ese día en distintas partes, como lo expresa integrante del movimiento #Yo soy 132:

[...] y esa fue una red que no solo fue aquí en Guadalajara sino que aquí los de Guadalajara se conectaban con los del [Distrito Federal] DF, y todos se pusieron de acuerdo para inundar las redes sociales de los problemas y conflictos que habían pasado en la jornada electoral, pero también depende la ciudadanía en general si es que nos están siguiendo en Twitter, si le ponen *like* en Facebook, si es que no les interesa, si nomás fueron a votar y tomarse la foto, subirla al Facebook, y ya, es el tema del momento, dudo que alguien lo haya ignorado.

Sobre el uso de la Internet el día de la jornada electoral, un periodista afirmó que en ella se encuentra mayor cantidad de información que en otros medios, también enfatizó que la gente que quiere estar realmente informada de una manera más rápida y directa debe hacer uso de este medio

[...] fueron como dos coberturas, una es la que se subió a Internet, que eso es interesante que la gente vea, si quiere estar realmente informada: que vea Internet, porque en Internet está la mayor cantidad de información, al momento o al poco rato de que ocurrió. Estamos hablando de que ahí tal vez se manejaron más de 100 notas de la jornada, mucho más de 100 textos y esa es una cobertura.

En estas afirmaciones puede observarse cómo la Internet y las redes sociales sirven como un medio informativo amplio y plural donde se llevan a cabo estrategias políticas y pueden servir para que la ciudadanía se exprese y se entere de lo que ocurre.

A pesar de esto, las plataformas institucionales de los partidos y candidatos permanecieron casi inactivas el día de la jornada electoral, como se muestra en la investigación de Quid, donde se detectó que la participación de los candidatos al gobierno de Jalisco en estas fue escasa y meramente informativa, esto de forma generalizada en todos los partidos.

Quid dio seguimiento a las publicaciones emitidas por los aspirantes en dos de sus principales redes sociales, Facebook y Twitter y esto fue lo que se observó.

En Twitter, Aristóteles Sandoval y Enrique Alfaro fueron los candidatos más activos. El primero presentó desde el inicio del monitoreo y hasta el cierre 18 tuits, mientras que el segundo 12; María de los Ángeles Martínez y Fernando Garza no realizaron ningún tuit. En esta red social descendió el número de imágenes y videos compartidos por los candidatos en comparación con el periodo de campañas electorales.

Los tuits publicados aquí fueron en su mayoría informativos. Los candidatos se limitaron a hacer publicaciones en las que mostraban de manera parcial el rumbo en que se manifestaban los porcentajes durante los conteos preliminares. El candidato que más retuits recibió en una de sus publicaciones fue Enrique Alfaro con un total de 521; los otros candidatos no rebasaron los 100 retuits. El número de tuits publicados durante la jornada electoral demuestra la pasividad por parte de los candidatos en Twitter. Comparando la cantidad de tuits emitidos este día con los del segundo debate en Jalisco los candidatos disminuyeron mucho su actividad. En el caso de Aristóteles Sandoval y Enrique Alfaro la reducción fue de poco más de 50%. María

de los Ángeles Martínez permaneció ausente en esta red, puesto que ni en el debate ni en la jornada electoral hizo uso de ella.

En Facebook, la participación de los candidatos fue escasa, con un comportamiento muy similar al de Twitter. Durante el monitoreo ninguno de los candidatos superó las cuatro publicaciones. Enrique Alfaro disminuyó su actividad de manera considerable: de 40 publicaciones emitidas el 10 de junio, fecha del último debate, bajó a solo cuatro el día de las votaciones. De igual forma, María de los Ángeles Martínez, quien siempre ha tenido poca actividad en redes sociales, descendió de 17 publicaciones el día del segundo debate a no tener una sola en la jornada del 1 de julio.

En lo que fue la participación de cada uno de los candidatos, se acentúa el cambio tan drástico que ofreció el candidato del MC. En informes previos del observatorio se le llegó a considerar líder en estas redes y el día de las elecciones las abandonó notoriamente.

Su actividad en Facebook fue relativamente baja. De las cuatro publicaciones que emitió la primera fue la que más controversia creó. En ella el candidato hacía referencia a un caso de guerra sucia ocurrido en la madrugada del 1 de julio. Esta publicación generó más de mil comentarios por parte de sus seguidores. De forma general el candidato estuvo muy pasivo. No contestó a sus seguidores ni tampoco compartió o dio *like* a las respuestas de estos, el candidato se limitó a dar resultados preliminares de las elecciones a la candidatura de Jalisco. Compartió un producto multimedia (una imagen) donde mostraba una tabla de conteo en la cual se veía favorecido frente a los otros candidatos. Sus publicaciones fueron, de todos los aspirantes, las más

compartidas. El espacio entre una publicación y otra osciló entre los 50 y 70 minutos.

Por su parte, Aristóteles Sandoval publicó por la mañana, tanto en Facebook como en Twitter, una foto donde aparece votando. Esta publicación generó múltiples comentarios de apoyo por parte de sus simpatizantes. En el transcurso del día no publicó más contenido en Facebook, mientras que en Twitter se dedicó a retuitear mensajes de ánimo de sus seguidores. Tuvo una única respuesta a un tuit donde simplemente dio las gracias. A partir de las 18:00 horas de la tarde publicó el pantallazo de TV Azteca donde se posiciona en primer lugar en el PREP. Después de este post, todos los mensajes fueron en un tono de celebración y destacó la etiqueta #Arisgano y #VotoJal.

En cuanto a Fernando Guzmán, su primera actividad en redes sociales consistió en difundir fotografías de él y su familia votando en la casilla electoral. Estas publicaciones tuvieron una mínima respuesta por parte de sus seguidores. No se percibió en los mensajes realizados por el candidato durante el día un sentimiento de aspiración a ganar los comicios sino al contrario un aire de despedida y agradecimiento a los seguidores. En su última publicación del día, postada minutos antes del cierre de casillas, agradeció a quienes respaldaron su proyecto e invita a hacer “el último estirón” y a votar en esa última hora.

En el periodo de observación, María de los Ángeles Martínez y Fernando Garza no presentaron actualizaciones. En Twitter la última publicación de la candidata del PANAL presentaba fecha del 26 de junio, mientras que el candidato mostraba en el suyo dos tuits del 1 de julio. Además del monitoreo llevado a cabo en redes sociales de los

candidatos, Quid monitoreó también a tres actores más: el IEPCJ, Proyecto Diez y #YoSoy132.

El IEPCJ se vio activo durante la jornada electoral, pero a pesar de ello no parece haber cumplido de manera satisfactoria la tarea de responder a las numerosas quejas y cuestionamientos de sus seguidores en redes sociales. En gran medida, las publicaciones se dividieron en mensajes informativos que remarcaban las acciones del organismo en estos comicios como: uso de urnas electrónicas, atención en líneas telefónicas, acciones permitidas y restringidas. Por otro lado, se emitieron opiniones de los observadores internacionales que exaltaban, entre otras cosas, una buena organización de las elecciones y la funcionalidad de las urnas electrónicas.

Proyecto Diez publicó la misma información en ambas redes sociales (Twitter y Facebook). Durante la mañana el registro de publicaciones consistió en la cobertura de los candidatos al ir a votar y las fotos de ciudadanos que hacían evidente su participación en las votaciones. Durante este periodo las publicaciones fueron muchas y constantes a diferencia de la tarde, periodo en el cual este medio se mostró más cauteloso.

Finalmente en una jornada donde la gran ausente fue la actividad copiosa de los meses anteriores en las redes sociales de los candidatos, la gran protagonista local fue la cuenta del movimiento #YoSoy132GDL, donde los tuits no pararon en todo el día, en un constante monitoreo ciudadano de los comicios, además de servir como plataforma en la que se replicaron noticias y denuncias de irregularidades en el proceso electoral, tanto locales como nacionales.

Esto se enlaza con lo que comenta el integrante del movimiento #YoSoy132, cuando dice que todas las irregularidades y el contacto con los mismos integrantes y con la ciudadanía lo hacían a través de las redes sociales.

## CONCLUSIONES

Dentro de las diversas opiniones en las entrevistas, encontramos que en general se expresa que la cobertura de los medios en esta jornada electoral fue extensa, pero con poca calidad, poco análisis y orientado a lo federal. Si bien es evidente que faltan formas innovadoras en el modo de transmitir información que permita profundizar y atraer el interés de los ciudadanos, no podemos decir que hubiera un enfoque de cobertura en el ámbito federal por parte de los medios locales; en lo que refiere a la investigación realizada por el equipo Quid el día de la jornada electoral, podemos ver que los medios analizados no estuvieron en su mayoría inclinados al ámbito federal sino al revés, tuvieron una cobertura amplia sobre lo que estaba sucediendo en las elecciones en Jalisco. En este sentido, se puede aventurar la hipótesis de que son las audiencias las que están educadas hacia una recepción de la información centralista y no que los medios informen siguiendo al ámbito federal exclusivamente; la gente, incluyendo académicos y expertos en el tema, tiende a ver medios nacionales y no los de su localidad.

En relación con la cobertura de la prensa, concluimos que solo *El Informador* mantuvo un papel neutral durante el desarrollo de la jornada electoral, su agenda consistió en dar a conocer las irregularidades con las que se llevaron a cabo los comicios a nivel federal y local. *Milenio Jalisco*,

*La Jornada Jalisco* y *Mural* mantuvieron en su publicación de notas el tema de las irregularidades en la jornada, aunque no con tanta presencia como el medio antes mencionado. Estos tres periódicos, y en especial *La Jornada Jalisco*, conservaron un flujo de notas que favorecían al PRI y sobre todo al candidato Aristóteles Sandoval.

En cuanto a cobertura de la contienda electoral, la radio fue un claro ejemplo de todos los tratamientos que se le pueden dar a una misma información. Por un lado, Jalisco Radio y Radio Metrópoli se enfocaron más en proporcionar la mayor asistencia posible tanto a aquellos con dudas sobre el proceso electoral como a aquellos que buscaban denunciar irregularidades en sus casillas. Otros, como Milenio Radio y Radio Universidad, dieron información puntual de los sucesos acontecidos en la jornada, más sus líneas editoriales se mostraron favorables a los candidatos del PRI. Por último, tenemos a Zona Tres, que desde un principio dio información con una tendencia clara que favoreció a los candidatos del PRI, presentando los hechos con una fuerte dosis de opinión por parte de los presentadores.

En general en la cobertura de las televisoras locales se observó una tendencia que favorecía a los candidatos del PRI, a excepción de Megacanal de Megacable y del C7 del SJRTV, que por medio de su canal se mantuvo al margen, con información oportuna sin tomar postura para apoyar a ningún partido o candidato de algún nivel electoral.

En cuanto a la equidad, se puede concluir en la investigación que una de las formas de que los medios se mantengan neutrales es concentrar la información en instituciones como el IFE o el IEPCJ en vez de atender a los candidatos de la contienda, como lo hizo *El Informa-*

*dor*. Es claro que la cobertura de los medios no puede ser equitativa en su totalidad porque existen varios factores que rigen la información. Sin embargo, es posible que sin dejar a un lado sus intereses como empresa sí se puede tratar de innovar en la forma de transmitir información, abandonar la monotonía de la contienda, para dar lugar a espacios de profundización y diálogo, de pluralidad de voces. Se puede hacer algo similar a lo que se practica en la Internet y plataformas digitales, donde la interacción y los espacios de discusión y participación plural son protagonistas, entonces como resultado se crearían medios que aunque no puedan evitar sus intereses propios, le den espacio a la voz de la ciudadanía.

No debemos perder de vista lo que dice la periodista Soledad Gallego Díaz (2012) cuando expresa que la información no es igual al periodismo, la instantaneidad de la información no la hace más verídica, una verdad periodística es aquella que se basa en los hechos, no en las creencias, tendencias, fanatismos o éticas personales.

En referencia a las redes sociales y la cobertura en la Internet, podemos observar que se han convertido en un medio interesante en la comunicación política, que han permitido incluir a sectores de la población que antes no se interesaban en el tema y brindan mayor diversidad de información que otros medios, como lo expresa uno de los entrevistados cuando comenta que si quieres estar realmente informado “te metas a la Internet”. Pero a pesar de que se manifiestan como plataforma de desahogo de información instantánea no representan todavía un espacio clave para la toma de decisiones electorales, como se percibe en la investigación cuando en la jornada electoral las plataformas institucionales de los candidatos perma-

necieron inactivas, en gran parte porque la información ahí vertida en muy pocas ocasiones puede ser legitimada profesionalmente y también porque se arriesgan a hacer guerra sucia a través de este medio.

Una buena comunicación política debería transmitir y difundir hechos basados en los intereses de los ciudadanos, centrandó su labor en informar a la sociedad lo más imparcial posible de modo que pueda ejercer su papel en la democracia. La comunicación mediática debería servir como un acceso a la información genuina, en el que no hay verdades, ni mentiras, ni promesas, sino hechos que permiten a la ciudadanía tomar decisiones informadas. Una comunicación política ideal sería aquella que se mantuviera fiel a la ciudadanía y a los valores democráticos, una en la cual los partidos políticos tuvieran un espacio para exponer y poner a discusión sus plataformas políticas y propuestas de gobierno, un espacio en el que se entablara un diálogo real con los ciudadanos y no como sucede en la actualidad en donde los intereses particulares fijan la agenda y el ciudadano se queda como participante pasivo. La comunicación política futura debería hacer un trabajo cercano a los intereses públicos, donde los ciudadanos se vuelvan participantes activos y colaboren con la verdadera transformación democrática.