



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

UN ANÁLISIS DE CONTENIDO VISUAL

**CIBERPOLÍTICA, CANDIDATURAS INDEPENDIENTES Y
BRONCOMANÍA: EL USO DE FACEBOOK DE JAIME
RODRIGUEZ CALDERÓN “EL BRONCO”, EN LA
CIBERCAMPAÑA A GOBERNADOR DE NUEVO LEÓN EN 2015.**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

P R E S E N T A:

MONTSERRAT LOZADA CORTÉS



DIRECTOR DE TESIS:

DR. CÉSAR AUGUSTO RODRIGUEZ CANO

CD. UNIVERSITARIA A 4 DE AGOSTO de 2023



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

Introducción	1
Capítulo I. Comunicación política y cibercampaña de Jaime Rodríguez “El Bronco”	4
1.1 ¿Qué es comunicación política?.....	4
1.2 Campo de investigación de la comunicación política.....	6
1.3.1 Ciberpolítica.....	15
1.3.2 Ciberespacio.....	19
1.3.3 Cibercampaña	21
1.3.4 Redes sociales (Facebook).....	25
1.3.5 Campañas de candidatos independientes y similitudes: Jaime Rodríguez “El Bronco” en Nuevo León y Pedro Kumamoto en Jalisco.....	28
1.4 Conclusiones.....	31
Capítulo II. Nuevo León antes de las elecciones de 2015	33
2.1 Datos generales del Nuevo León.....	33
2.1.1 Actividades económicas.....	34
2.2 Contexto político de Nuevo León	36
2.2.1 Quiénes y de qué partido han sido los gobernadores de Nuevo León desde 1985.....	36
2.2.2 Municipio de García.....	40
2.2.3 ¿Quién es Jaime Rodríguez, <i>El Bronco</i> ?.....	41
2.3 El PRI y Jaime Rodríguez.....	44
2.3.1 Selección de candidato a Gobernador de Nuevo León	44
2.4 Carrera política de Jaime Rodríguez como miembro del PRI y como candidato independiente.....	44
2.4.1 Jaime Rodríguez como alcalde priísta.....	45
2.4.2 Jaime Rodríguez, “El Bronco” abandona el PRI.....	46
2.4.3 Requisitos del Instituto Federal Electoral para las candidaturas Independientes.....	46
2.4.4 Antecedentes de candidatos independientes en México	48
2.5 Conclusiones.....	52
Capítulo III. Análisis de contenido: Campaña para gobernador de Nuevo León 2015	56
3.1 ¿Qué es un análisis de contenido?.....	56
3.2 Análisis de contenido visual Bronco.....	61
3.2.1 Contexto.....	61
3.2.2 Hipótesis	62
3.2.3 Corpus.....	63
3.2.4 Definición de cuadro de variables y valores de los posts de Jaime RodríguezCalderón, “El Bronco”.....	63
3.3 Análisis de contenido visual Ivonne Álvarez.....	74
3.3.1 Contexto.....	74
3.3.2 Hipótesis	74
3.3.3 Corpus.....	75
3.3.4 Definición del cuadro.....	75

3.4 Análisis de resultados de las campañas de ambos candidatos: <i>El Bronco</i> : “El bronco y uno más” e Ivonne Álvarez. “La Alianza por tu Seguridad”	88
3.4.1 marzo 2015.....	88
3.4.2 abril 2015	91
3.4.3 mayo.....	93
3.4.4 junio	95
3.4.5 Resultados totales <i>El Bronco</i>	97
3.4.6 Resultados totales Ivonne Álvarez	98
3.5 Comparación de resultados finales	99
3.5.1 Lenguaje.....	99
3.5.2 Vestimenta	100
3.5.3 Acompañamiento	101
3.5.4 Identidad	102
3.5.5 Actividades	103
3.6 Interpretación y resultados de los post de <i>El Bronco</i> en Facebook.....	104
3.7 Interpretación y resultados de los post de Ivonne Álvarez en Facebook	106
Conclusiones	108
ANEXO DE IMÁGENES.....	113
Bibliografía	119

Dedicatoria

Quiero empezar agradeciendo a las mujeres que me criaron y educaron toda la vida, sin ellas no sería la persona que soy actualmente. Las admiro y respeto profundamente.

A mi abuelita Cristina López, quien es mi segunda madre. Gracias por estar en los peores y en los mejores momentos de mi vida, sin ti no estaría completa, gracias por seguir a mi lado, por la paciencia, los cuidados y el amor que das a la familia.

A mi tía Angelica, quien ha estado incondicionalmente al lado de mi madre, mi hermano y yo. Sin tus consejos y regaños no hubiera logrado mis objetivos, gracias por motivarme a seguir creciendo y por estar ahí cada que te he necesitado, me ayudaste a ser fuerte y valiente.

A mi madre, Queta. Las palabras no me alcanzarían para agradecer todo lo que hiciste y sigues haciendo por mí, eres mi pilar, sin ti nada de esto hubiera sido posible, gracias por estar conmigo desde que nací, especialmente gracias por los dos años en los que mi salud no fue la mejor, sin saberlo me dabas fuerzas para seguir, espero algún día poder recompensarte. Tu amor, el apoyo y algunos regaños me han hecho una persona más fuerte. Todo lo que tengo y lo que soy te lo debo a ti.

También quiero agradecer a mi compañero, mi hermano Erik. La vida no pudo darme un mejor hermano mayor, gracias por apoyarme, ayudarme cuando mi vida se puso difícil, por estar cuando te necesito, por ser mi amigo. Aunque no lo sepas me has motivado a seguir tus pasos y hacer lo que me gusta.

Este logro también es de mi abuelito Raúl Cortés, desde pequeña me motivó a seguir aprendiendo, gracias por hacerme dictado todos los domingos, gracias por pedirme que leyera en voz alta el periódico o algún libro porque así descubrí mi gusto por la lectura. Por ayudarme a aprender las tablas, divisiones y los ángulos. Me ha hecho crecer académicamente pero también personalmente, sin los valores que ha inculcado en mí y en la familia no habría llegado hasta aquí.

También he crecido espiritualmente gracias al tío Raúl, con sus consejos me ha ayudado a recuperar la fe, me ha ayudado a conseguir la fuerza necesaria para seguir con la vida. Agradezco también a Jorge por abrir las puertas de su casa cuando lo necesité y por darme un consejo o su ayuda para continuar con la vida aunque no era su responsabilidad estuvo ahí.

A mi novio Alexis, eres mi pareja, mi amigo y mi soporte. Estuviste en los momentos más difíciles de mi vida, pocos se hubieran quedado en las circunstancias que nos ha tocado enfrentar, pero agradezco que estuvieras ahí para darme las palabras necesarias y seguir. Eres parte importante de este proceso. Gracias por apoyarme y por inspirarme para terminar este trabajo. No sé lo que la vida nos tenga preparado, pero agradezco mucho tenerte en mi camino, gracias por tu amor incondicional. Te amo.

A mi tía Silvia que me apoyó cuando tenía dificultades de salud, quien incondicionalmente me apoyó y me sigue dando palabras de aliento cuando la vida se pone difícil. Gracias también a mi tío Luis quien a pesar de la distancia sigue presente en mi vida y sin su apoyo no hubiera llegado hasta aquí. Gracias a Francisca y Pánfilo porque son parte de mi vida y me inspiran a ser mejor

persona y estuvieron desde el inicio.

A mis amigos en la facultad, quienes siguen estando en mi vida, este camino no hubiera sido divertido sin ustedes, agradezco haberlos conocido y también a quienes se han adelantado en la vida. Los quiero y los llevo en mi corazón.

Introducción

Las elecciones de 2015 en México, especialmente en Nuevo León fueron importantes para los ciudadanos, pues era la primera vez que un candidato independiente llegaba a la gubernatura en el país. Los escándalos por corrupción y nexos con el crimen organizado de políticos, expolíticos y altos mandos policiacos fueron detonantes para que los ciudadanos descontentos buscaran otro tipo de candidato, que se mostrara más cercano y que fuera una opción diferente.

Jaime Rodríguez Calderón, mejor conocido como *El Bronco*, no era un personaje nuevo en Nuevo León, había militado en el Partido Revolucionario Institucional (PRI) e incluso fue Presidente Municipal de García con ese partido. *El Bronco* recuperó la seguridad en el municipio y ganó la confianza de sus habitantes. Un hombre que se describía como “jalador” y sin miedo a nada, pues al igual que muchos de los nuevoleonenses, había perdido a un hijo a manos de narcotraficantes, su hija menor fue secuestrada y él había sufrido ataques. Inspiraba confianza porque la gente lo percibía como alguien auténtico.

Jaime Rodríguez buscaba ser gobernador a través del PRI, pero perdió la elección interna ante Ivonne Álvarez, lo que provocó que dejara el partido después de 30 años para buscar ser el primer gobernador independiente del estado. Comenzó con una nueva forma de hacer campaña, acercándose a la gente para platicar sobre su proyecto sin partido en el que buscaba renovar a Nuevo León. No solo visitaba a las personas a pie sino también por medio de las redes sociales que fueron de gran apoyo durante y después de la campaña.

Cuando el organismo electoral de Nuevo León le permitió ser candidato sin partido, se enfrentó a otro obstáculo más, el financiamiento para hacer campaña fue bajo en

comparación con los candidatos del PRI y PAN, ya que recibió menos dinero y poco tiempo en medios de comunicación tradicionales como la radio y televisión, a pesar de eso resultó ganador.

De acuerdo a lo planteado anteriormente, el objetivo de esta investigación es realizar un análisis de contenido visual de las publicaciones realizadas en la cuenta de Facebook de Jaime Rodríguez “El Bronco” y de las publicaciones en Facebook de Ivonne Álvarez durante la campaña para la gubernatura en Nuevo León de 2015.

Se decidió utilizar las publicaciones de Facebook porque ambos candidatos podían realizar las publicaciones que quisieran durante el día, además era la red social en la que se mantenían más activos.

En el Capítulo I se explica qué es la comunicación política y cuál fue su papel en la ciber campaña de *El Bronco*, ya que utilizó las redes sociales para promocionar su imagen y su movimiento independiente. También se analiza qué es una ciber campaña y por qué los candidatos independientes utilizaron este tipo de campaña, así como por qué se utilizó este término para realizar el análisis de contenido visual.

Nuevo León es uno de los estados más grandes de la república, se vivía un contexto político interesante antes de las elecciones del 2015, en el Capítulo II se explican las actividades económicas que se realizan en ese estado, su ubicación geográfica en el mapa y el lugar estratégico en el que se ubica para los grupos del crimen organizado.

También se hace un análisis de por qué *El Bronco* decidió abandonar el PRI, así como el comienzo de su carrera independiente después de la elección de la candidata Ivonne

Álvarez, quien sería su contrincante más fuerte. Igualmente se analiza la recolección de firmas para conseguir la candidatura y los elementos que comparte con otros candidatos independientes del país, específicamente el caso de Kumamoto en Jalisco.

Por su parte, en el Capítulo III se realiza el análisis de contenido de la campaña de *El Bronco*. Se analizan variables como vestidura, lenguaje, acompañamiento a actos de campaña entre otros; se buscarán las similitudes o diferencias que existieron entre una candidata con un presupuesto de campaña alto y la campaña de un candidato independiente con presupuesto limitado. Estas condiciones no se parecían a la de ningún candidato en ese momento, los elementos que explotó en Facebook para crear un personaje cercano con el que los ciudadanos pudieran identificarse y cómo se diferenciaba de una campaña convencional como la de Ivonne Álvarez, pues a pesar de ser la contrincante más fuerte, no logró el mismo nivel de popularidad que el independiente.

Finalmente se agrega un anexo de fotos de las publicaciones más destacadas de ambos candidatos como evidencia de esta investigación en la que se exponen ejemplos de cada variable utilizada en el análisis de contenido.

Capítulo I. Comunicación política y cibercampaña de Jaime Rodríguez “El Bronco”

En este capítulo se define qué es la comunicación política, ciberpolítica y su objeto de estudio. Asimismo, se menciona la importancia de las redes sociales como una nueva forma de hacer campañas en el espacio virtual, además de ser un acercamiento a la política y espacios en internet.

Se explicará la manera en que las redes sociales comenzaron a ser utilizadas en las campañas políticas, y cómo se han convertido en una nueva arena para compartir información y lograr interacción entre las y los políticos con la ciudadanía.

1.1 ¿Qué es comunicación política?

En este apartado, presentamos algunas definiciones de Comunicación Política de diferentes autores, la definición de comunicación política ha cambiado con el paso de los años, aquí presentamos las que ayudarán a la explicación del objeto de estudio.

Es importante empezar definiendo la qué es la comunicación política y de acuerdo con Dominique Wolton (1998),

Definimos la comunicación política como el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos (pág. 31).

Aunque en la actualidad se ha discutido el uso de sondeos, el autor asegura que son necesarios para conocer la opinión pública. En la definición de Wolton (1998), no hay lugar para los ciudadanos dentro de la comunicación política.

Por su parte, Jean Marie Cotteret (1977) define la comunicación política como la comunicación de datos entre aquellos que gobiernan y aquellos que son gobernados, mediante canales organizados o no estructurados de transmisión. Del mismo modo, el autor menciona que

la comunicación Política no es solamente un flujo unidireccional que surge desde los que detentan el poder hasta los gobernados, ni una comunicación que solo involucra efectos sobre el sistema, sino una retroalimentación que incide sobre los gobernados y en los gobernantes (Cotteret, 1977, pág. 00).

El autor cree que la comunicación política no sólo es información de los gobernantes a los gobernados sin que puedan dar una respuesta, al contrario, se hace una retroalimentación entre ambos actores para que pueda darse una comunicación efectiva. Cotteret (1977), a diferencia de Wolton, cree que es necesaria la interacción entre gobernantes y ciudadanos, en el caso de la campaña de *El Bronco* en Nuevo León. La definición de Cotteret (1997) resulta más útil para explicar aquel fenómeno, pues actualmente, gracias al uso de nuevas tecnologías como internet y redes sociales se reafirma, ya que cualquier persona puede contestar mediante comentarios o mensaje directo a cualquier publicación que hagan los políticos en redes sociales.

Según María José Canel (2006),

Después de haber revisado las distintas definiciones, entiendo que la Comunicación Política es el campo de estudio que comprende la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos) en la que se produce un intercambio de información, ideas, actitudes en torno a los asuntos públicos.” (pág. 16)

Se puede observar que la definición de Canel (2006) coincide con la definición de Cotteret (1977) y en esta también incluye a los ciudadanos como actores dentro de la

comunicación política, en la que intercambian información y opiniones con los demás actores. Los tres autores coinciden en que políticos, periodistas (y comunicadores) son actores de la comunicación política, a pesar de que Wolton (1998) no incluye a los ciudadanos, la comunicación política ha evolucionado y junto con ella las definiciones.

Los medios de comunicación tradicionales como televisión y radio dejan fuera la opinión de los ciudadanos y deciden dar espacio solo a unos cuantos académicos para formar opinión pública. En este sentido, Rovira (2016) menciona que “el alejamiento de la experiencia directa de la participación da forma a un «ciudadano» despolitizado, que ve como algo lejano a las instituciones del poder y a sus operadores.” (pág. 52) Las redes sociales ayudan a que cualquier ciudadano pueda expresar sus opiniones de manera libre o incluso tener oportunidad de conversar (de manera virtual) con el político que busca su voto.

Los ciudadanos actualmente son importantes para que la comunicación tenga retroalimentación y sea un vínculo entre gobernantes y ciudadanos. Aunque es difícil que un político esté en constante comunicación con todos los ciudadanos, el internet y las redes sociales hacen que esa barrera ya no sea tan difícil de romper.

1.2 Campo de investigación de la comunicación política

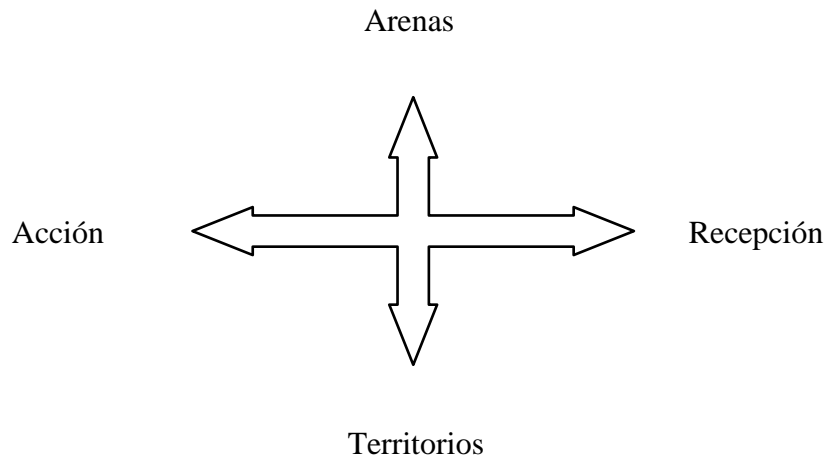
En este apartado se explica el concepto de territorio y de arenas de acuerdo a Gosselin (1998), pues el autor trata de explicar la manera en que la comunicación política funciona a través de un modelo. En este sentido, el autor menciona que este modelo se puede explicar de la siguiente manera:

un primer modo, cómodo, de comprender la cartografía teórica y empírica de esta comunicación consiste en imaginar en ella dos ejes bipolares: un primer eje horizontal, que

va de la acción a la recepción, y un segundo eje, vertical, que va de las arenas a los territorios (Gosselin, 1998, pág. 28).

Para explicar de mejor manera este modelo se realizó el siguiente esquema.

Figura 1. Modelo de comunicación política según Gosselin (1998).



De acuerdo con Gosselin (1998) la comunicación política tiene lugar principalmente en lo que podríamos denominar territorios (geográficos o sectoriales), ya sea en el ámbito local, regional, nacional o internacional, y abarca la comunicación política de los estados, partidos políticos, grupos de presión, sindicatos, movimientos sociales y empresas. El autor explica que el territorio está delimitado por el contexto y los actores dentro del mismo, en este caso el territorio en el que se realizó la campaña de *El Bronco* fue Nuevo León, ya que buscaba ser el gobernador de ese estado de la República Mexicana. No representaba a ningún partido político, ya que era un candidato independiente, un grupo de personas comenzó a seguirlo y apoyarlo sin obtener algún tipo de pago o beneficio por ello. Así comenzó la *broncomanía*, término con el que los medios de comunicación se referían al movimiento de ciudadanos que apoyaron al candidato independiente en redes y en las calles.

Por otra parte, las arenas de la comunicación política son un conjunto de: fórmulas, marcos, reglas y estrategias. Estas definen los contextos comunicativos determinan los escenarios donde los actores políticos pueden exponer, diseminar y evaluar sus discursos en situaciones de interacción (Gosselin, 1998). En el 2015 el candidato independiente, Jaime Rodríguez *El Bronco*, utilizó estos espacios las redes sociales, convirtiéndose uno de los precursores en utilizar las redes sociales, especialmente Facebook para hacer campaña. Al ser un espacio relativamente nuevo para las campañas, las reglas aún no estaban definidas.

El autor menciona que en las arenas como debates por televisión fueron hechos para que los actores políticos sean confrontados, además para dar más difusión a sus ideas. Así, “la comunicación política hasta puede desarrollarse en el seno de arenas que no tengan necesariamente por finalidad difundir los discursos contradictorios de los actores políticos” (Gosselin, 1998, pág. 27). *El Bronco*, tuvo poco tiempo oficial en medios de comunicación como radio y televisión, ante esta desventaja utilizó más las redes sociales. En 2015, Nuevo León fue el segundo estado con mayor conectividad a internet en la República Mexicana, el 81.5% de las personas tenían conexión a internet, el 21.8% lo utilizaba para consultar redes sociales y el 72.3% utilizaba Facebook (Gabinete de Comunicación Estratégica, 2015).

En las campañas político-electorales no es raro que se utilicen distintas arenas, ya que lo que se busca es tener el mayor alcance. Se puede expresar la comunicación política en diferentes ámbitos, esferas o como lo llama el autor, arenas, o incluso abarcar una variedad de ellas, conformando así un territorio particular de actuación (Gosselin, 1998). Desde medios convencionales como radio, televisión y periódicos, hasta los medios más actuales como es el internet.

Gosselin explica el campo de acción que la comunicación política, identifica seis formas (Gilles , André, & Mouchon, 1998). Estas son **1) teleológico**, ya que la comunicación política deriva de una serie de estrategias de los actores políticos; **2) axiológico**, pues algunas veces la comunicación política busca establecer o cambiar algunos valores a través de los medios; **3) tipo afectivo**, en el que se muestra el lado “más humano” del político, y se permite mostrar sentimientos, **4) habitus**, el actor y el receptor verifican conductas sin hacer esfuerzo **5) dramático**, cuando el actor político muestra una imagen que se sabe puede controlar ante los demás, para evitar mostrar sus verdaderos pensamientos; y **6) comunicativo**, que busca tener interacción para poder negociar con el otro.

La comunicación política en la campaña de Jaime Rodríguez fue de gran importancia, gracias a una buena estrategia el mensaje llegó claro a la ciudadanía, quienes ya estaban hartos de los partidos políticos y veían en *El Bronco* la opción de un cambio verdadero. Usando especialmente tres formas de accionar que Gosselin (1998) identifica en su texto que son teleológico, axiológico y afectivo que se explicarán más adelante.

Como ya se mencionó, el hartazgo de los regiomontanos fue una oportunidad que el equipo de *El Bronco* aprovechó y explotó de manera correcta. El PRI y PAN habían sido los únicos partidos en el poder. Siguiendo con Gosselin (1998), En primer lugar, la comunicación política se rige por un enfoque teleológico, ya que implica la intención, el cálculo, la estrategia y la anticipación, especialmente por parte de los actores públicos involucrados en la política.

Tras escándalos de corrupción y tragedias como el atentado del Casino Royale en 2011, la idea de un candidato que no tuviera nada que ver con los partidos políticos resultaba

muy atractiva. Además, la personalidad del candidato ayudó mucho a que ganara simpatizantes ya que, se salía de los estándares establecidos y tenía una imagen fresca.

El accionar axiológico que *El Bronco* utilizó en su campaña no hubiera sido posible sin las redes sociales, en el juego de la confrontación de ideas comenzó a interactuar con los ciudadanos en comentarios y mensajes, daba su número de celular a cualquier persona que se lo pedía y decía que trataba de contestar a todos. En México fue algo novedoso, ya que ningún político lo había hecho hasta ese momento, estableció nuevas reglas en la manera en que construyó su imagen como candidato, ya que se salió de lo convencional involucrando a sus seguidores desde el momento de juntar firmas. Lo anterior se puede explicar con lo que Gosselin (1998) asegura, pues la comunicación política también implica un accionar axiológico, ya que algunos agentes políticos se rigen por ciertos valores, normas y éticas de convicción, y porque en ocasiones la comunicación política busca establecer nuevos valores y reglas en la arena política a través de los medios de comunicación. En resumen, la comunicación política no solo se trata de una estrategia calculada, sino que también se ve influida por consideraciones axiológicas.

La parte afectiva fue importante en los mensajes que se publicaban en el perfil de Facebook del candidato, ya que lo veían como un ciudadano más, quien también compartía su enojo con los gobiernos anteriores de Nuevo León. De acuerdo con Gosselin, (1998), Aunque el proceso de comunicación política se basa en gran medida en la intencionalidad, la estrategia y el cálculo, el aspecto afectivo también juega un papel importante, especialmente en la forma en que se recibe el mensaje político. Este enfoque emocional se puede utilizar para manipular a las masas mediante la propaganda o la presentación cuidadosamente elaborada de los políticos, que resalte su personalidad, su lado humano y su estilo. En 2009

su hijo mayor Jaime Lizenco murió intentando escapar del crimen organizado, meses después su hija fue secuestrada y mientras fue alcalde de García, él mismo sufrió de tres atentados en uno de ellos perdió a su chofer.

Sacando su “lado humano” se ganó a cientos de personas que al igual que él, habían perdido a familiares y seres queridos a manos de grupos relacionados con el narcotráfico. Creó un estilo particular para hablar y escribir en redes sociales, no hablaba como sus adversarios, se dirigía a sus seguidores como si fueran amigos, ganándose su confianza y probablemente su voto.

La comunicación política sigue transformándose y según Lemieux (1998), la comunicación política en su sentido más riguroso implica la transferencia de mensajes entre los actores políticos, y esta transferencia se integra de alguna manera en los procesos de regulación. En otras palabras, la comunicación política se refiere a la transmisión de información entre los actores políticos y su relación con los procesos de regulación política.

Con el uso de nuevas tecnologías como el internet, los mensajes entre políticos y el electorado se ha transformado, ya que hay retroalimentación e inmediatez en el intercambio de mensajes y ha dejado de ser un modelo de comunicación unidireccional. Por su parte, Lemieux (1998) presenta un ejemplo concreto, pues menciona que durante una campaña electoral, se produce comunicación política entre los candidatos y sus partidarios por un lado, y los votantes por otro lado. Esta comunicación puede tener lugar mediante un contacto directo, a través de los medios de comunicación o mediante encuestas electorales. En resumen, la comunicación política durante una campaña electoral puede involucrar diferentes formas de comunicación y canales de comunicación.

La comunicación entre *El Bronco* y sus simpatizantes fue cercana, pues se reunía constantemente con grupos de personas que lo apoyaban para difundir sus ideas, además por redes sociales también interactuaba.

A continuación, mostramos algunos ejemplos.

Figura 2. Invitación al movimiento.



Figura 3. Visita a La Chona



La campaña de Jaime Rodríguez Calderón aprovechó un espacio en el que pocos se habían atrevido a hacer una campaña político electoral. Usando estrategias de comunicación política tuvo éxito y se convirtió en el primer gobernador independiente de Nuevo León.

1.1 Internet y ciberespacio

Cuando hablamos de internet, nos referimos al conjunto de comunicaciones digitales que se llevan a cabo mediante la interconexión de ordenadores en todo el mundo, tal como comúnmente se utiliza el término (Cotarelo, 2013). Es decir, es el espacio digital o ciberespacio como algunos autores lo definen, al que para tener acceso se debe tener una computadora y una red para poder conectarse con usuarios de todo el mundo.

Aunque algunos siguen viendo el Internet como un espacio que se utiliza como entretenimiento, en 2010 con la Primavera Árabe se demostró que las redes sociales se pueden utilizar para movilizaciones sociales. De acuerdo con (Gil, 2013),

las redes distribuidas, y dentro de ellas las redes sociales -e internet- se vuelven importantes cuando nuevas ideas y valores pueden ser comunicados abiertamente. Internet y los medios de comunicación social funcionan como conexión entre el espacio virtual y el espacio social (pág. 207).

En Egipto y Túnez las movilizaciones comenzaron en redes sociales como Facebook y Twitter, una vez empezado el movimiento esas mismas redes sociales permitieron que todo el mundo siguiera las revoluciones, los que participaron podían subir imágenes, videos grabados e incluso en vivo de las manifestaciones, sin censura, ya que los medios tradicionales de esos países no hablaban de lo que pasaba en ese momento. Ambos países pudieron sacar a dictadores del poder gracias a la movilización de las masas en redes sociales, además demostraron que las redes sociales se pueden utilizar en la política.

Asimismo, Cotarelo (2012) menciona que cuando el espacio digital, que es universal y no tiene barreras, se utiliza como entorno para cualquier tipo de acción social, se le conoce como ciberespacio. Y cuando esta acción tiene un propósito político, se le llama ciberpolítica. Del mismo modo, Castell asegura que “la llegada de internet ha puesto un cambio profundo en el conjunto de la acción social y, por supuesto, de la política, de cuyo alcance final no podemos dar cuenta porque está produciéndose en este momento” (2001, pág. 23).

1.3.1 Ciberpolítica

Ahora bien, la definición de ciberpolítica, según Cotarelo (2010) consiste en que la ciberpolítica es un ámbito que se define por cinco características que pueden ser más o menos predominantes: la participación de múltiples actores, la interacción entre ellos, la facilidad para difundir información, la inmediatez de la comunicación y la gratuidad del acceso.

La **multilateralidad** se refiere a que en el ciberespacio no son sólo los tradicionales, pues se incorporan nuevos actores individuales o incluso grupales. En Facebook aún se encuentran grupos y páginas dedicadas a *El Bronco* o a la broncomanía, algunas siguen activas y se dedican a compartir su trabajo como gobernador o comentan en las publicaciones de *El Bronco* quien les respondía, no se sabe si es él o alguien de su equipo el encargado de responder comentarios y mensajes, pero creaba la ilusión de cercanía con el entonces candidato, creando un canal de comunicación virtual breve.

Interacción se refiere a la forma de relacionarse dentro de una comunidad cibernética en la que existe igualdad, se da de manera horizontal y se pueden establecer conversaciones. Jaime Rodríguez y su equipo crearon algunos grupos, el más grande que sigue activo se llama “Movimiento Bronco” en el que cualquier ciudadano puede unirse para publicar, comentar y comenzar debates. Lo más destacado de la presencia de la ciberpolítica en el ciberespacio es la aparición de una nueva ágora digital, que aunque sea muy diversa, es una entidad unificada donde los participantes interactúan en igualdad de condiciones (Cotarelo, 2013).

Desde la precampaña, Jaime Rodríguez Calderón *El Bronco*, comenzó con la ayuda de los ciudadanos que creyeron en su proyecto, comenzó por pedir a la gente que se registrara para poder ayudarlo a conseguir las firmas necesarias, utilizó Facebook como principal medio

para comunicarse con los ciudadanos que indirectamente fueron añadidos al equipo de campaña.

Difusión, se refiere a la permeabilidad que ofrece el ciberespacio; rápidamente la broncomanía comenzó a esparcirse por redes sociales, en Facebook, Twitter, WhatsApp y Youtube; durante la campaña se aseguraron de cubrir todas las redes sociales para llegar a más gente, el ciberespacio permite llevar información en diferentes formatos de manera inmediata y a bajo costo.

Aunque las redes sociales le permitieron al candidato independiente tener un mayor alcance, sus simpatizantes también hicieron una gran labor ya que compartían sus propuestas de voz a voz, en algunos grupos pedían que al menos compartieran las propuestas del candidato con 5 personas y que esas personas las compartieran con otras 5, sería imposible saber si esa cadena de información se llevó a cabo, pero al menos fue una buena estrategia.

La **inmediatez**, es la característica más importante del ciberespacio ya que se acortan el tiempo o distancia, puede mostrar lo que está pasando en tiempo real y sin intermediarios. Durante la campaña el candidato disfrutaba de hacer transmisiones en vivo para poder hablar con sus simpatizantes y responder dudas, también respondía comentarios en fotografías o publicaciones, en algunas ocasiones compartía su ubicación o programaba visitas a tiendas o mercados para que sus seguidores llegaran a hablar con él. Durante campaña mencionaba el Modelo García que implementó cuando era presidente Municipal, explicaba que él daba su número a los ciudadanos para que pudieran enviar información sobre actividades sospechosas o actos delictivos, así logró bajar los índices de delincuencia y mencionaba que

no hubiera sido posible sin la información de los ciudadanos y la rápida acción de la policía municipal.

Gratuitud se refiere a que no hay cobro por utilizar el ciberespacio, no se cobra por entrar a un grupo, ni al seguir a una página que apoya al candidato. Al ser un candidato independiente Jaime Rodríguez recibió una cantidad mucho menor, en comparación con sus contrincantes. Tal vez esa es la principal razón por la que utilizó Facebook como principal medio para hacer campaña, ya que como menciona Cotarelo (2013), es un espacio gratuito, en el que no cobran por hacer publicaciones.

En Facebook, la ciudadanía se unía a un grupo especial dentro de esa red social, y se comprometían a compartir las ideas de *El Bronco* con otros ciudadanos que no lo conocían para sumar más al movimiento. El candidato trataba de contestar la mayoría de los comentarios en sus publicaciones, así como los mensajes que le enviaban vía WhatsApp para contestar dudas y hacer más grande su equipo de seguidores.

Cabe destacar que los ciudadanos que decidían unirse a su equipo de campaña no contaban con ningún tipo de ayuda económica, lo hacían por gusto. De acuerdo con Cotarelo (2013), la ciberpolítica permite algunas reivindicaciones democráticas modernas y clásicas. La red permite la democracia directa, ya que todos los ciudadanos pueden conectarse en tiempo real y participar en el mismo momento.

Por su parte, Espino (2012) menciona que la ciberpolítica tiene dos procesos “1) la forma en que los líderes políticos tradicionales usan las tecnologías y 2) la forma en que la sociedad civil –léase movimientos sociales, agrupaciones, individuos...– usan estas nuevas tecnologías para participar en procesos políticos” (pág. 26). En el caso de la campaña de *El*

Bronco se utilizaron las redes sociales para acercarse a los ciudadanos y ganar votos. Pero también se pueden utilizar las redes para buscar y lograr un cambio político social, como en el caso de la Primavera árabe.

La idea de cercanía con el entonces candidato, por medio de redes sociales, además de su imagen como un ciudadano más y no como un político, ayudó a que los ciudadanos de Nuevo León se interesaran en *El Bronco*. Además, el ser un candidato independiente le sumó puntos ante el hartazgo de los partidos políticos, ya que Nuevo León nunca había tenido un candidato así.

Los simpatizantes de *El Bronco* comenzaron a movilizarse para ayudarlo a conseguir las firmas necesarias para poder registrarse como candidato independiente, para que lo digital ayude a crear un cambio es necesaria la movilización social. Tal como menciona Resina (2011) la Ciberpolítica se encuentra mediada por la capacidad de manejo de las nuevas tecnologías, esta no transforma por sí misma la actividad política, sin embargo, es un elemento importante para la movilización.

Jaime Rodríguez no era un personaje nuevo en Facebook, ya que, cuando fue alcalde de García, utilizó ese medio para obtener información de los ciudadanos y así enfrentar al grupo de delincuencia organizada Los Zetas, que operaba en el municipio; logró combatir al narcomenudeo “cerró más de 250 narcotienditas, despidió a buena parte de la policía municipal infiltrada por delincuentes y empezó a investigar el narcomenudeo” (Martínez, 2011, párr. 08) uno de sus mayores logros en el municipio fue debilitar a dicho grupo.

El candidato también utilizó servicios de mensajería instantánea como WhatsApp para hacer campaña, recibir propuestas y mantenerse en contacto con los ciudadanos que formaban parte de su equipo de campaña.

1.3.2 Ciberespacio

Con la creación de espacios en internet hechos para la interacción como lo son redes sociales o blogs, se creía que sólo serían utilizados para mantener en contacto a familiares o amigos, sin embargo, desde hace algunos años se ha demostrado que también pueden utilizarse como plataformas para hacer un cambio social, por ejemplo, la Primavera Árabe; o para hacer campañas políticas. De tal suerte que

con el apoyo de las tecnologías hiper mediáticas, las formulaciones en torno a la Democracia digital plantean el uso de nuevas herramientas: Internet, radio difusión interactiva, telefonía digital... para promover la participación y la discusión políticas en el seno de las comunidades sociales (Dorantes y Aguilar, 2016, pág. 252).

Facebook fue la red social más importante en la campaña de Jaime Rodríguez, utilizó nuevas tecnologías de la información y de la comunicación para que los ciudadanos pudieran estar conectados con él y pudieran ser escuchados, es una nueva manera de hacer política. Para entender mejor esta manera de hacer política desde nuevos espacios, Dorantes y Aguilar (2016) mencionan que la política 2.0 se refiere comúnmente al uso de plataformas en línea, particularmente las redes sociales, con el objetivo de llevar a cabo actividades de naturaleza política y promocional. En esencia, esto implica una variedad de herramientas para la comunicación política altamente mediada a través de Internet. Por su parte,

se concibe a la Democracia 2.0 como: el uso de las redes electrónicas con el fin de lograr una forma más directa de democracia; para hacer cortocircuito en los procesos legislativos con el

fin de hacerlos más parecidos a plebiscitos soportados en la Red, y a debates oficiales en línea en torno a temas de política pública (Dorantes y Aguilar, 2016, pág. 252).

Con lo anterior se busca involucrar a los ciudadanos a utilizar nuevas tecnologías, que se interesen en la política del país más allá de solo votar. Con la preocupación para involucrar a la ciudadanía en los procesos democráticos de toma de decisiones en un sistema social. Su objetivo es entonces, promover la creación de una agenda democrática realmente participativa (Dorantes y Aguilar, 2016, pág. 252). *El Bronco* mencionaba en campaña que estaba dispuesto a crear un gobierno ciudadano, en el que todas las voces fueran incluidas en el proyecto apartidista.

Asimismo, Chadwick (citado de Dorantes y Aguilar, 2016) expone cuatro espacios de ejercicio de la comunicación política digital:

- Comunidades virtuales (Virtual Communities) o Participación en línea (e-participation), presentes en los grupos creados por ciudadanos que simpatizaban con el candidato para ayudarlo a compartir su proyecto de gobierno.
- Movilización política (e-movilización), cuando esos grupos que se hacen llamar “Amigos de *El Bronco*” salían a calles a entregar folletos, apoyar en reuniones y seguir al candidato en recorridos sin tener algún tipo de remuneración.
- Gobierno electrónico (e-government) que no exploraremos en este trabajo, ya que solo nos interesa analizar la campaña.
- Campañas electorales (e-campaigns)(2006)” campañas hechas en medios digitales, como blogs, redes sociales o sitios web.

1.3.3 Ciber campaña

Por muchas décadas, las campañas políticas tuvieron como punto fuerte el uso de la televisión, los debates presidenciales eran una de las partes más importantes en las que los candidatos aseguraban o perdían simpatizantes. Con la evolución de los medios de comunicación las campañas tuvieron que adaptarse a los medios digitales que permitían a los candidatos estar más cerca a sus seguidores

Las ciber campañas aún son algo novedoso en México, pues algunos partidos o candidatos no creen en las ventajas que puede traer hacer una campaña en medios digitales combinada con una campaña tradicional. Debemos comenzar por definir qué es una ciber campaña para comprender mejor de lo que se habla, las cuales

pueden ser conceptualizadas como las diversas acciones y actividades de investigación, comunicación, organización, financiación, movilización, cuidado y defensa del voto que realizan partidos y candidatos usando las NTIC con el objetivo, por un lado, de conseguir el voto de los electores y, por el otro, de evitar que los opositores ganen las elecciones (Valdez, Huerta, & Aguilar, 2011, pág. 18)

Barack Obama fue el primer político en llevar la ciber campaña a un nuevo nivel en 2008, con ayuda de colaboradores creó un sitio web para que sus simpatizantes pudieran suscribirse para recibir las noticias más recientes de la campaña del candidato.

Con las redes sociales se eliminan o minimizan las barreras como territorio y tiempo, podemos estar conectados con cualquier persona en el mundo. “Se ha definido los medios sociales como el creciente número de sitios web o servicios web 2.0 que ofrecen la posibilidad de unir a las personas” (Muñiz, Dader, Tellez, & Salazar, 2016, párr. 05).

Facebook es una de las redes sociales con más alcance en nuestro país, según datos de Facebook México, en febrero de 2019 la red social contaba con 85 millones de seguidores en nuestro país, ocupando el quinto lugar mundial con más seguidores. Sin duda la red social ha cambiado la forma de comunicarnos a nivel global, se crean comunidades y círculos con amigos y familiares para hablar y comentar cualquier tema, política, religión incluso humor.

Cuando se habla de movilización se puede poner como ejemplo el uso que le dan a la red social para reunir gente y después organizar una marcha, la comunicación empieza dentro de las redes sociales y se ejecuta fuera de ella. De esta forma,

Los sitios web 2.0 posibilitan el cumplimiento de cuatro funciones comunicativas: la información a los usuarios sobre cualquier temática o asunto; la interacción entre usuarios en una comunicación en dos vías; el compromiso de los usuarios en una participación activa en la plataforma online; y finalmente la movilización de esos usuarios en una participación más avanzada (Muñiz, Dader, Tellez, & Salazar, 2016, párr. 06).

En 2015 cuando Jaime Rodríguez *El Bronco* empezó con su campaña como candidato independiente, sus seguidores comenzaron a crear grupos y páginas en Facebook para apoyar al candidato incluso antes de conseguir la candidatura, cuando tenía que reunir las firmas que pedía el Instituto Electoral.

Así nació la *broncomanía* como se llamó al movimiento de ciudadanos que apoyaba al candidato, el apoyo consistía en conseguir 10 personas que se interesaran en las propuestas del candidato y cada una de esas personas consiguiera otras diez que se unieran y así sucesivamente, creado redes de apoyo que tuvieran intención de votar por Jaime Rodríguez. Esas redes de ciudadanos interesados en el movimiento independiente se mantenían en

contacto por medio de Facebook e incluso el día de las elecciones estaban cuidando las casillas y subiendo imágenes a redes sociales. Estas prácticas

hacia web 2.0 también ha(n) abierto nuevas posibilidades al campo de la comunicación política, en especial en el contexto de las campañas electorales, donde las herramientas que los medios sociales ponen a disposición de los candidatos amplifican su conexión potencial con ciudadanos y posibles votantes (Muñiz, Dader, Tellez, & Salazar, 2016, párr. 07).

Durante muchos años la televisión fue un medio importante para la creación de campañas político-electorales, los spots y los debates formaban una parte importante para la difusión de propuestas. Sin embargo, las redes sociales han innovado en el área de las campañas, ya que tienen el factor de inmediatez y retroalimentación con los usuarios.

En este sentido, los órganos electorales de Nuevo León le dieron al candidato \$383,329.46 MXN pesos para crear una campaña, una cantidad mucho menor a sus contrincantes. Tuvo problemas con Televisa, ya que acusó a la televisora de estar a favor de su contrincante del PRI, Ivonne Álvarez, por lo tanto, era invitado o entrevistado pocas veces a diferencia de los demás candidatos. Razón por la que el candidato en varias ocasiones dijo que las televisoras lo tenían vetado.

Mientras que en las primeras campañas online se realizó un uso importante de herramientas como los blogs, que permitían una mayor interactividad entre candidatos y ciudadanos, en los últimos años se ha dado un paso significativo hacia la utilización de SNS¹ como Facebook, Twitter o YouTube (Muñiz, Dader, Tellez, & Salazar, 2016, párr. 05).

Después del triunfo de Obama, se volteó a ver a las redes sociales como una herramienta para lograr conectar con la sociedad, se le vio un propósito más a allá del social,

¹ SNS siglas en inglés Social Networking Service

“resalto el potencial que esta red social tiene para la elaboración de las estrategias de los candidatos” (Muñiz, Dader, Tellez, & Salazar, 2016, párr. 10).

El tiempo oficial de la campaña para gobernador de Nuevo León fue del 6 de marzo a 3 de junio de 2015, ese mismo año el periódico Milenio sacó una nota en la que se dice que “Nuevo León, el Distrito Federal y Baja California, son los estados que destacan por registrar el mayor porcentaje de hogares con acceso a internet, donde cinco de cada 10 hogares manifestaron tener acceso a este servicio” (Herrera, 2015, párr. 01).

La campaña de *El Bronco* no hubiera sido tan exitosa si la brecha digital en Nuevo León fuera más amplia, según datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) en 2015 el 39.2% de los hogares en México contaban con conexión a internet, en 2018 la cifra se elevó a 52.9 (INEGI, 2015-2018) además, el uso de Facebook, WhatsApp ayudó a dar mayor difusión de las propuestas y más información sobre el candidato, así logró tener más alcance. Así, “este uso de Facebook viene determinado por el hecho de que, a través de la generación de comunidades virtuales, ofrece un abanico de herramientas que pueden ser usadas para movilizar a grupos, facilitar la discusión política, transmitir información y propuestas de campaña, gestionar la imagen de los propios candidatos y entablar dialogo con los potenciales seguidores y votantes” (Muñiz, Dader, Tellez, & Salazar, 2016, párr. 12).

El Bronco y sus seguidores fueron los encargados de dar difusión a sus videos, post, fotos y eventos por Facebook, el candidato se encargaba de crear vínculo con sus seguidores contestando los comentarios y haciendo transmisiones en vivo para responder preguntas. Esta conexión fue punto clave para su triunfo, pues como autores mencionan, “el comportamiento

de los propios candidatos, partidos y/o gobernantes es crucial para este desarrollo del compromiso político y fomento de la participación de la ciudadanía” (Muñiz, Dader, Tellez, & Salazar, 2016, párr. 16). La personalidad del candidato y su comportamiento dio confianza a los ciudadanos, salió de los estándares del candidato promedio y ganó.

Para las campañas políticas se dejó de ver a las redes sociales como un espacio para la diversión y comenzó a ser vista como una plataforma para conseguir votos. Asimismo,

las cibercampañas electorales se han institucionalizado como una nueva manera de hacer política en América Latina, como producto de las nuevas tecnologías y de los procesos de consolidación democrática, incluyendo el aprendizaje que se ha obtenido del ejemplo dado por las naciones desarrollada como es el caso de EE.UU. y España con respecto a su funcionalidad y eficiencia. (Texeira, 2018, pág. 73)

En este sentido, España ha sido un gran referente para investigar el fenómeno de cibercampañas, ya que desde las elecciones del 15 M se han estudiado las redes sociales como nuevas arenas de comunicación política.

1.3.4 Redes sociales (Facebook)

Ante el bajo presupuesto para gastos de campaña que recibió Jaime Rodríguez, se acercó a redes sociales, para este trabajo nos enfocaremos en Facebook para compartir ideas con sus seguidores, ya que es una red social gratuita y fácil de usar para cualquier persona.

Gracias a las redes sociales, hoy la ciudadanía puede interactuar con los políticos, aunque sea por redes sociales, “la aparición y auge de las redes sociales viene a alterar esta relación, por cuanto la audiencia ya no siempre precisa de la existencia de los medios de comunicación para acceder a la clase política; si hasta ahora los medios eran la única manera de poner en relación a ambos actores, las redes sociales rompen ese monopolio y posibilitan

el contacto directo entre los ciudadanos y la clase política” (Chavero, 2013, pág. 122). Los medios de comunicación ya no son los únicos con el monopolio de la información, ahora cualquiera puede publicar lo que quiera en cualquier lugar, el único requisito es tener acceso a internet.

Un ejemplo de lo anterior es Facebook, pues

es una red social extremadamente abierta y sin restricciones. Cualquier individuo puede crear su propio perfil de usuario, es, principalmente, libre, amplia y desembarazada; es decir, no es necesario ser invitado para participar como es el caso de la red social Tuenti, o, por ejemplo, cumplir con normas previas como en otras redes existentes. Esto transforma a Facebook en una red totalmente democrática y sin exclusiones (Texeira, 2018, pág. 79).

Para crear una cuenta en Facebook sólo se necesita una cuenta de correo electrónico, actualmente México es el quinto país con más usuarios de esa red social a nivel mundial, con un total de 61 millones de usuarios en el país. Facebook es una plataforma de redes sociales que se enfoca en la esfera personal y busca proporcionar un entorno cercano para sus usuarios. Además, facilita la integración de múltiples tipos de contenido en una sola plataforma de manera fácil y accesible (Criado, 2013)

Jaime Rodríguez no sólo utilizaba su página oficial en Facebook para hacer campaña, también publicaba cosas más personales, por ejemplo, dedicaba mensajes a su hijo quien falleció en 2013 a manos del crimen organizado. En los posts en Facebook que hacía el candidato, se dirigía a los ciudadanos como “raza”, creando un vínculo de cercanía con los seguidores. Además, se caracterizó por dar una imagen en redes sociales de un ciudadano más, pocas veces se le vio usando ropa formal, optó por usar ropa informal añadiendo botas y sombrero como acostumbra algunas personas trabajadoras del campo.

En 2019 el gobernador de Nuevo León cuenta en su página de Facebook² oficial con un total de 2,924,863 seguidores, sigue respondiendo mensajes y comentarios que sus seguidores hacen al igual que cuando estaba en campaña.

Figura 4. Características de las redes sociales más utilizadas en campañas políticas



Nota: Esquema elaborado con base en los textos *Open government, social media y sector público. Las administraciones públicas en la era de las redes digitales*, por . Ignacio Criado, 2013.

²<https://www.facebook.com/JaimeRodriguezElBronco/>

Información de contexto:

- En el 2015, año de la elección para gobernador en Nuevo León el número máximo de caracteres en un tuit era 140.
- Las reacciones en Facebook fueron agregadas en febrero de 2016, para este análisis solo se contarán los “Me gusta”.

1.3.5 Campañas de candidatos independientes y similitudes: Jaime Rodriguez “El Bronco” en Nuevo León y Pedro Kumamoto en Jalisco

Aunque en México el uso de Facebook para campañas políticas no era muy común, en 2015 dos candidatos independientes realizaron campaña en redes sociales, en este apartado se mencionaran algunas similitudes entre la estrategia de Jaime Rodríguez *El Bronco* y Pedro Kumamoto, candidato a diputado local por el distrito 10 en Jalisco.

Para poder lograr el registro en Jalisco, Kumamoto también tuvo que juntar una cantidad grande de firma. Logró la cantidad requerida gracias a los integrantes de wikipolítica, un movimiento de jóvenes que al inicio buscaba convertirse en un partido político, pero se convirtió en un espacio enfocado a buscar la movilización ciudadana.

Al igual que *El Bronco*, el presupuesto otorgado a Kumamoto para realizar campaña fue limitado, hizo campaña con 242 mil 900 pesos, por lo que tuvo que buscar alternativas para dar a conocer su proyecto

La campaña tuvo solo tres estrategias de comunicación: redes sociales, calcas para automóviles y separadores de libros entregados en mano. Cero espectaculares, cero parabuses, cero anuncios prensa y spots en medios electrónicos solo lo que les asignó el INE:

12 por estación de radio distribuidos en 60 días, o lo que es lo mismo, un spot cada cinco días por estación (Farah, 2015, párr. 08).

De acuerdo con lo anterior, se puede inferir que fue una campaña mixta, no enfocada solamente a las redes sociales.

El equipo de wikipolítica estaba integrado por voluntarios que no recibían una paga por compartir información de Kumamoto, el equipo de comunicación contaba con un mapa en el que dividían el distrito en distintas variables, entre ellas el acceso a internet, para aprovechar mejor los recursos y enfocarse más en el trabajo en calle en las zonas en las que así se requiriera.

Al contrario de *El Bronco*, Kumamoto no hacía campaña con su imagen pues se enfocaba en crear materiales en los que se compartieran sus propuestas, además los voluntarios solo podían dar una calcomanía o separador cuando la persona ya había escuchado el discurso para que conocieran al candidato y lo buscaran por redes sociales.

Ambos candidatos independientes fueron pioneros en utilizar las redes sociales en sus campañas, en otros países se comenzó a sacar provecho de las redes sociales desde 2008,

las SNS³ tal vez sea una forma para involucrar a los jóvenes -quienes a menudo son vistos como apáticos hacia la política- en procesos políticos. Facebook podría estar alentando el aumento del “slacktivism”⁴, un término que describe la participación política basadas en Internet, como unirse a grupos en línea o firmar peticiones en línea, que tiene poco o ningún impacto en el mundo real (Vitak, y otros, 2010, pág. 1).

³ SNS: Social Network Service, se utiliza para sacar el mayor provecho a las redes sociales como Facebook o Twitter.

⁴ El término utilizado en Latinoamérica es activismo de sillón

La broncomanía y wikipolítica buscaban involucrar más a la sociedad con una manera novedosa de acercar al candidato a ellos.

El uso de Facebook para campañas políticas es diferente al que se le puede dar si se pretendiera usar como una plataforma para activismo, ya que en campaña solo se utiliza para dar a conocer las ideas de los candidatos y persuadir a las personas para que voten por ellos. Como lo vimos en el cuadro el apartado anterior, la red social más utilizada para movimientos sociales o activismo es Twitter, que se utilizó en movimientos como el 15M en España o la Primavera Árabe, solo por mencionar algunos.

De acuerdo con Vitak *et al.* (2010), existe un modelo que “postula que existen tres factores determinantes para la participación política: compromiso psicológico, reclutamiento de campaña y acceso a recursos. Los SNS como Facebook parecen ofrecer posibles impactos para los tres factores” (pág. 1). En la campaña de Jaime Rodríguez, se pueden observar esos tres factores que mencionan los autores de manera fácil, el compromiso psicológico se dio desde el momento en que salió a recolectar firmas para conseguir el registro como candidato independiente, los ciudadanos comenzaron a seguirlo en Facebook y a mandarle mensajes por WhatsApp, después pedía a sus seguidores en su página oficial que añadieran #UnoMas a su movimiento, es decir que compartieran sus ideas con otras personas para conseguir votos y ganar la gobernatura.

En la campaña de Kumamoto también se observan los tres factores, en el caso de Jalisco quienes se encargaban de atender los mensajes o los grupos vecinales eran los voluntarios quienes después organizaban una visita del candidato a los vecinos para atender

dudas y compartir su proyecto, con el slogan #LosMurosSiCaen el candidato sin partido logró la victoria con al menos 38% de los votos.

Como vemos, las campañas aprovecharon las herramientas que daban y siguen dando las redes sociales, incluso algunas cosas como: publicaciones de imágenes y video, enviar mensajes o crear grupos son cosas que puedes hacer gratis en Facebook. Ambas campañas ofrecían una relación directa entre el candidato y sus simpatizantes, a través de mensajes de texto, mensajes en Facebook o WhatsApp, comentarios en publicaciones de Facebook. A simple vista no tenían intermediarios por lo que se creó un vínculo entre estos, fortaleciendo la confianza para alentar al voto.

1.4 Conclusiones

La comunicación política seguirá evolucionando, las maneras de comunicarse en la era digital cambian constantemente lo que obliga a adaptarnos a ella. La comunicación política digital permite que exista más de un emisor y han cambiado la manera de interactuar ya que cualquier persona puede responder un comentario o una publicación, cubriendo la necesidad de sentirse escuchados en este caso por un político, las redes sociales han dejado de ser una forma de diversión y cambiaron las reglas de las campañas políticas al menos digitalmente.

Con el uso del internet y el auge de las redes sociales, las campañas electorales han ido adaptándose a las nuevas arenas de comunicación política, como lo son las redes sociales, cuando se utilizan estas redes para buscar el voto de los ciudadanos o cuidarlo se habla entonces de una cibercampaña, en la que se crean estrategias para que los candidatos estén más cerca de la sociedad.

La ciberpolítica es la forma en la que, los políticos usan las nuevas tecnologías o espacios, y la sociedad usa esos espacios para participar en procesos políticos como lo es una elección, los candidatos independientes abren la posibilidad de un nuevo enfoque de una comunicación multilateral con el electorado.

Para este análisis de contenido visual comparativo utilizaremos el término ciberpolítica, ya que se analizará la interacción entre el gobierno y los ciudadanos en internet, en este caso la interacción en redes que tuvo el candidato independiente con sus seguidores en Facebook, ya que fue la red en la que más estuvo activo y en la que aún se encuentran las publicaciones realizadas en 2015.

Capítulo II. Nuevo León antes de las elecciones de 2015

El Estado de Nuevo León, antes de las elecciones del 2015 había estado bajo una administración Priísta, misma que al terminar se dio a conocer por los escándalos de corrupción del exgobernador Rodrigo Medina de La Cruz. Ante el escenario de enojo y descontento con el PRI a nivel nacional, los ciudadanos tenían una nueva opción más allá de los partidos tradicionales, la idea de un candidato independiente no era mal vista entre los habitantes de Nuevo León.

Jaime Rodríguez Calderón o *El Bronco* como era conocido popularmente, no era nuevo en la política. Había sido alcalde de García, en Nuevo León siendo miembro del PRI partido que abandonó el 14 de septiembre de 2014, después de 30 años como militante para competir como candidato independiente.

En el siguiente capítulo se explica el contexto en el que se encontraba el estado de Nuevo León, desde los gobiernos bipartidistas, además se explicará el ascenso de *El Bronco* en Nuevo León hasta convertirse en Gobernador.

2.1 Datos generales del Nuevo León

El estado de Nuevo León se ubica en el norte del país, su capital es Monterrey. El estado de Nuevo León es uno de los más grandes dentro de la República Mexicana, representa el 3.3% de la superficie del país. Colinda al norte con Coahuila de Zaragoza, Estados Unidos de América y Tamaulipas; al este con Tamaulipas; al sur con Tamaulipas y San Luis Potosí; al oeste con San Luis Potosí, Zacatecas y Coahuila de Zaragoza (INEGI, 2016).

Cuenta con 51 municipios, con una población de 5 119 504 habitantes lo que representa el 4.3% de la población total del país. El sector que más aporta al PIB es el comercio. Nuevo León aporta 7.3% al PIB, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2017)

En Nuevo León se encuentran algunas de las fábricas más importantes del país, como FEMSA (empacadora de bebidas), CEMEX y Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma.

Figura 5. Mapa Nuevo León



Nota. Imagen extraída de *Cuéntame*, INEGI, 2017.

2.1.1 Actividades económicas

Debido a su ubicación, el Estado de Nuevo León es uno de los más importantes para la economía del país, ya que al estar en la frontera es fácil tener negocios con clientes en EUA. En este apartado se hablará de la economía de Nuevo León en el año 2015.

El Indicador Trimestral de la Actividad Económica Estatal (ITAE), ofrece un panorama de la situación y evolución económica del estado en el corto plazo. Para el segundo trimestre de 2015, Nuevo León registró un incremento en su índice de actividad económica de 4.4% con respecto al mismo periodo del año anterior.

Entre las principales actividades se encuentran: comercio (16.8%); servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles (9.9%); construcción (9.6%); y, fabricación de maquinaria y equipo (8.5%). Juntas representan el 44.8% del PIB estatal.

Los sectores estratégicos son: aeroespacial, automotriz, biotecnología, electrodomésticos, servicios médicos especializados, software, agroalimentario, nanotecnología, vivienda sustentable y medios interactivos. Actualmente se encuentran en proceso de formalización los clústeres de turismo y transporte.

Según el informe *Doing Business* 20145, publicado por el Banco Mundial (BM) y la Corporación Financiera Internacional (CFI), que clasifica a las economías por su facilidad para hacer negocios, la ciudad de Monterrey, Nuevo León, ocupa el 16° lugar de las ciudades analizadas en México, a diferencia del informe anterior donde ocupó el 15°. Asimismo, al desagregar este indicador, se observa que Nuevo León ocupa el 10° lugar para apertura de un negocio, el 27° respecto al manejo de permisos de construcción, el 17° en registro de propiedades, y el 10° en cumplimiento de contratos. De enero-septiembre de 2015, la entidad atrajo una Inversión Extranjera Directa (IED) de 2,318.5 mdd, lo que representó el 10.7% del total nacional.

Con respecto a las remesas, alcanzó un total de 484.4 mdd durante el periodo enero-septiembre de 2015/p, lo que significó un crecimiento de 6.4% respecto al mismo periodo del año anterior (Secretaría de Economía, 2014). En el sector agropecuario Nuevo León es uno de los principales productores de naranja y cereales, es por eso que se ha intentado modernizar a este sector para que sea sustentable.

2.2 Contexto político de Nuevo León

El estado de Nuevo León había estado bajo administraciones priístas y panistas, pero ninguna de las dos administraciones había dejado conformes a la sociedad pues los problemas de inseguridad y narcotráfico seguían afectando a la población, ante el hartazgo llegó un candidato sin partido que prometía terminar con el bipartidismo y decía ser un ciudadano más dispuesto a trabajar para hacer de Nuevo León un mejor lugar.

2.2.1 Quiénes y de qué partido han sido los gobernadores de Nuevo León desde 1985

Desde la época de los años 40 hasta el final de los años 90 el gobierno del Estado de Nuevo León estuvo en manos del Partido Revolucionario Institucional (PRI) hasta la transición en 1997 cuando el Partido Acción Nacional (PAN) ganó la gubernatura, después de dos administraciones Panistas, regresó el PRI, sin embargo, los escándalos de corrupción afectaron la imagen del Gobernador en turno.

En este apartado se muestran las últimas gubernaturas y los principales logros de cada uno de los Gobernadores en turno, así como los escándalos y acusaciones después de terminarse sus mandatos.

- Jorge Treviño Martínez (1985-1991)

Fue gobernador por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) en el periodo 1985- 1991. En el 2015 fue homenajeado por su labor como gobernador, pues

[...] destacó el trabajo realizado por el homenajeado durante su Gobierno, resaltando la visión que éste tuvo para la creación del Tribunal de lo Contencioso Administrativo, organismo de avanzada en el país; además de marcar a Nuevo León con una administración llena de logros,

resultados, obras y acciones, así como enlistar las obras que realizó en el Estado como la Línea 1 del Metro; el Puente Colombia; la Presa El Cuchillo y Cintermex (Torres, 2015, párr. 05).

En la actualidad sigue siendo una persona respetada en Nuevo León.

- Sócrates Rizzo García (1991-1996)

Ocupó el cargo de 1991 a 1996, también miembro del PRI, “Sócrates Rizzo renunció a la gubernatura el 18 de abril de 1996, luego de una crisis política generada por los escándalos de corrupción de funcionarios en su administración y por el crimen del reconocido abogado Leopoldo del Real Ibáñez” (Porrás, 2014, párr. 12). Quien se encontraba en compañía del director de la Policía Ministerial Fernando Guzmán.

- Benjamín Clariond Reyes-Retana (1996-1997)

Fue gobernador interino debido a la renuncia de Sócrates Rizzo en 1996, igual que el antecesor también era miembro del PRI,

Nuevo León pasaba por una fuerte recesión económica producto del cierre masivo de empresas que se vieron afectadas por la crisis del 94, y del elevado endeudamiento público como privado [...] el movimiento magisterial, el desempleo, el incremento de la delincuencia y el narcotráfico, y la falta de credibilidad del gobierno (Ridaura & Rodríguez, 2005, págs. 387-388).

Después del gobierno interino de Benjamín Clariond, el PRI perdió el gobierno de Nuevo León y lo recuperó después de una administración a cargo del Partido Acción Nacional.

- Fernando Canales Clariond (1997-2003)

Fernando Canales fue electo como Gobernador de Nuevo León en 1997, fue visto como el gobierno del cambio pues era la primera vez que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) perdía el gobierno ante el Partido Acción Nacional (PAN).

Dadas las circunstancias por las que había pasado el gobierno en los últimos años, uno de los reclamos más apremiantes de la sociedad era que los servidores públicos y la administración en general actuaran con honestidad. Por ello, una de las acciones del nuevo gobierno fue el combate a la corrupción a través de la simplificación y la transparencia en los procedimientos administrativos de asignación y operación del gasto público (Ridaura & Rodríguez, 2005, pág. 401).

El 11 de enero de 2003, Fernando Canales renunció a su cargo como Gobernador en Nuevo León para ser Secretario de Economía en el sexenio de Vicente Fox.

- Fernando Elizondo Barragán (2003-2003)

Fue elegido gobernador sustituto el 12 de enero de 2003, era miembro del PAN y ocupó el cargo unos meses hasta que se eligiera al próximo gobernador. Uno de sus principales logros fue la promulgación de la Ley de Transparencia y acceso a la Información Pública.

- José Natividad González Parás (2003-2009)

Después de las administraciones Panistas, el PRI regresó al Gobierno de Nuevo León. Como Gobernador se distinguió por la construcción de obras públicas y por desregular algunas actividades que antes correspondían exclusivamente al gobierno local (como la promoción cultural o la asistencia social) y ponerlas en manos de consejos ciudadanos plurales, así como por la organización del Fórum Universal de las Culturas Monterrey 2007 o Fórum Monterrey 2007 como se le conoce comúnmente.

Aunque las administraciones panistas dejaron a Nuevo León con una deuda de 9 mil millones de pesos, José Natividad heredó una deuda a su sucesor de 22 mil 500 millones de pesos.

- Rodrigo Medina de la Cruz (2009-2015)

Fue gobernador por parte del PRI. Su Gobierno es recordado por los escándalos de corrupción y por las controversias más que por los logros.

La tragedia en el Casino Royale fue una de las más conocidas a nivel nacional y que dejó varias víctimas. Se sospecha que un grupo delictivo conocido como Los Zetas roció gasolina en el interior del Casino Royale de Monterrey, lo que provocó un incendio que causó la muerte de 61 personas. Según funcionarios del gobierno de Nuevo León, el administrador del negocio informó que los delincuentes exigían un pago semanal de 130 mil pesos para permitir que el casino siguiera operando. Testigos del lugar afirmaron que había alrededor de 100 personas, entre trabajadores y clientes del casino en el momento del incidente (Vega, 2011).

El entonces gobernador y otros funcionarios estuvieron involucrados en incentivos ilegales por parte de la fabricante de carros KIA “El caso Kia es el mayor de las investigaciones anticorrupción incluidas en la denominada “Operación Tornado” en la que se encuentran señalados 10 altos funcionarios de la administración de Medina, además del exgobernador” (Expansión, 2016, párr. 04).

Una de las promesas hechas por El Broco fue la Operación Tornado que investigaría la corrupción dentro de la administración de Rodrigo Medina y el daño sumaría aproximadamente 9,000 millones de pesos (Expansión, 2016).

Según el portal Expansión, el caso penal por el presunto desvío de recursos por 3,683 millones de pesos, no es el único señalamiento que ha sido formalmente presentado contra el exgobernador de Nuevo León, Rodrigo Medina, por supuestos actos deshonestos durante su administración.

2.2.2 Municipio de García

El municipio de García cuenta con una extensión territorial de 853.2 km². Colinda al norte con Mina, General Escobedo e Hidalgo; al sur y este con Santa Catarina y al oeste con el estado de Coahuila.

En el municipio se han instalado fábricas que forman parte del corredor industrial Monterrey-Ramos Arizpe, donde se destacan la Industria Automotriz, de Vidrio y Minera.

El 31 de marzo de 1851 y según decreto N° 112, expedido en esa fecha, por el Congreso del Estado de Nuevo León, se elevó a la categoría de municipio “imponiéndosele el nombre de Villa de García, en honor y memoria del C. Joaquín García, distinguido político de la región quien

Figura 6. Mapa de Nuevo León



Nota.

La flecha indica la ubicación de Monterrey, la capital de Nuevo León para mostrar la cercanía con el municipio de García

fuera 2 veces gobernador del Estado de Nuevo León” (Viso, 2015, párr. 07). En los alrededores de la cabecera municipal hay zonas como Nacataz, Icamole y Cueva Ahumada, donde es posible apreciar petroglifos y pinturas rupestres.

De acuerdo a la Enciclopedia de los municipios y Delegaciones en México (2010), Cabecera municipal. Su nombre es Villa de García, tiene una población aproximada de 21,000 habitantes. Las localidades más importantes en este municipio son: Estación de Rinconada con 500 habitantes aproximadamente, le siguen Parque Industrial Ciudad Mitras, La Candelaria, colonia Emiliano Zapata, rancho La Cruz, ejido Icamole, Soledad, entre otros.

Por otro lado, Jaime Eliodoro Rodríguez Calderón fue presidente municipal en la administración 2009- 2012, cuando aún era miembro del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Cuando *El Bronco* fue alcalde implementó el Modelo García que tenía tres ejes: seguridad, educación y trabajo; con ese modelo que logró sacar a los Zetas de su ciudad. En varias ocasiones ha declarado que gracias a redes sociales como Facebook y WhatsApp pudo salvar a su ciudad de la delincuencia, logró crear una red de respuesta rápida con los ciudadanos y la policía para atender los problemas de inseguridad, los habitantes del municipio llamaban cada que veían algo sospechoso.

Actualmente, el gobierno de García está a cargo de César Adrián Valdez Martínez, quien ganó como candidato independiente.

2.2.3 ¿Quién es Jaime Rodríguez, *El Bronco*?

Aunque Jaime Rodríguez se dio a conocer como candidato independiente sin partido, no era nuevo dentro de la esfera política. Durante 35 años ha sido funcionario público en distintos niveles de gobierno, de los cuales 33 militó en el Partido Revolucionario Institucional (PRI),

hasta el 14 de septiembre de 2014 que renunció al partido. En este apartado se describe la historia política y personal del *El Bronco*.

Jaime Rodríguez nació el 28 de diciembre de 1957, en el municipio de Galeana. Después se mudó a Monterrey para poder estudiar la Ingeniería en Agronomía en la Universidad Autónoma de Nuevo León

Sus inicios en la política se remontan a la época del entonces gobernador de NL, Alfonso Martínez Domínguez, quien lo afilió al PRI, posteriormente laboró dos años en la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos en la Ciudad de México, en 1990 fue nombrado secretario de Acción Juvenil de la Confederación Nacional Campesina.

También estuvo en la Secretaría de Obras Públicas de Galeana; en 1992 fue diputado federal y en 2007 ocupó el mismo cargo, pero de manera local; en 2000 contendió a la alcaldía de Guadalupe y finalmente entre los años 2009 y 2012 fue alcalde del municipio de García.

Unos días después de tomar protesta como alcalde de García, el 4 de noviembre de 2009 asesinaron a su secretario de Seguridad Pública, el General Juan Arturo Esparza García quien iba acompañado de cuatro escoltas que también fueron abatidos. El municipio estaba controlado por el cartel de Los Zetas que controlaban el narcomenudeo y otros delitos como el cobro de piso a negocios y el paso de droga a la frontera con Estados Unidos.

Al llegar a la alcaldía, Rodríguez Calderón cerró más de 250 *narcotienditas*, despidió a buena parte de la policía municipal infiltrada por delincuentes y empezó a investigar el *narcomenudeo* y a detener a involucrados: “A mí me quieren matar porque yo no me hago pendejo”. [...] La anterior administración cometió un error muy grave: hacerse pendeja. Entregó la ciudad a la delincuencia.” (Martínez S. , 2011, pág. 3)

Siendo alcalde de García en 2009 asesinaron a su hijo, Jaime Lizenco Rodríguez, debido a la lucha en contra de Los Zetas a quienes combatía en García. Su hija de dos años fue secuestrada además como alcalde sobrevivió a varios atentados contra su vida. Despidió a todos los policías coludidos con el crimen organizado y contrató a militares con licencia. Poco a poco fue terminando con el crimen organizado en su municipio, logros que destacó en campaña, creó empatía con los ciudadanos al ser una “víctima al igual que ellos”.

En una entrevista declaró:

Yo vencí a Los Zetas utilizando Facebook. En mi ciudad, preguntándole a la gente quién vende droga, quién está haciendo daño en la colonia, la gente te dice: entonces tú, como autoridad, tienes el control y resuelves.” “En Nuevo León soy el hombre más informado porque tengo una red de informantes por todo el estado. En Nuevo León todo mundo tiene mi celular, porque publiqué mi celular en un panorámico, no la foto de *El Bronco*.” “Yo soy un adicto al Facebook, te confieso, y le dedico tres horas diarias a la gente que me tiene confianza (Excelsior, 2015, párr. 03).

Jaime Rodríguez es propietario de un rancho en el municipio de Ramos Arizpe, el cual cuenta con una extensión de ocho mil hectáreas divididas en dos cuerpos, en un cuadro de 10 por 20 metros se levanta un plantío de árboles de ébano. En campaña destacó sus cualidades como buen trabajador y “jalador” como cualquier persona de Nuevo León. El *Bronco* declaró que toda su vida se dedicó a la política y esto le permitió darle una vida decente, pero sin lujos a su familia. Además, cuenta con un rancho localizado en el municipio de Galeana el cual opera junto con dos socios (Gutierrez, 2015).

En cuanto a su vida académica, en su página oficial, no hay información disponible, solo se encuentra la vida política del Gobernador.

2.3 El PRI y Jaime Rodríguez

Antes de buscar la candidatura a gobernador de Nuevo León por la vía independiente, *El Bronco* había sido parte del PRI, partido en el que militó por más de 30 años y con el que logró ser alcalde de García, lugar que le apoyó incondicionalmente en la campaña. En este capítulo se explicará la manera en la que Jaime Rodríguez abandonó a su partido para convertirse en el primer gobernador independiente de Nuevo León.

2.3.1 Selección de candidato a Gobernador de Nuevo León

Según un informe del PRI, 12 personas se postularon como posible candidato para la elección de Gobernador en Nuevo León en el año 2015. En octubre del 2014 ya se sabían quienes podrían ser los posibles candidatos del PRI que buscarían la candidatura de Nuevo León.

Las elecciones en Nuevo León se realizarán el 7 de junio del 2015 y entre los aspirantes del PRI a la gubernatura del estado se encuentran el actual Secretario de Economía, Ildefonso Guajardo Villarreal, y las Senadoras Cristina Díaz Salazar e Ivonne Álvarez.” (El Financiero, 2014, párr. 04)

El 22 de febrero de 2015 Ivonne Álvarez tomó protesta como candidata del PRI a la gubernatura de Nuevo León, teniendo como principales ejes de trabajo seguridad y educación.

2.4 Carrera política de Jaime Rodríguez como miembro del PRI y como candidato independiente

El 14 de septiembre de 2014 decidió abandonar el partido en el que había militado por más de 30 años, dio una conferencia en la que declaró que su vida partidista había terminado. La militancia en el PRI fue un tema muy mencionado por los medios de comunicación durante

su campaña como candidato independiente. Declaró a un medio extranjero: “Cuando avanzó la violencia y la maldad en este país, me di cuenta de que a nuestros políticos no les interesaba resolverlo. Entonces me arrepentí y decidí no formar parte de eso” (Martínez J. , 2015, s.p). Asimismo, no negó su pasado partidista, lo que le sirvió para ganar más simpatizantes al decirse arrepentido y en busca de alternativas para lograr un mejor gobierno.

2.4.1 Jaime Rodríguez como alcalde priísta

Después de tres atentados contra su vida y la de su hija, decidió buscar la gubernatura para seguir trabajando en contra del narcotráfico y la corrupción. Decidió dejar al PRI, partido del que había sido militante por un largo periodo y con el que se había convertido en alcalde.

El *Bronco* Rodríguez estuvo durante 30 años militando en el partido del PRI y en sus últimos años de carrera política en el Partido Revolucionario Institucional se desempeñó como alcalde de García, un municipio de Nuevo León que estaba gobernado por el Narcotráfico antes que por el gobierno del propio estado. Al momento de que Jaime se percató de esto emplea una estrategia que se denomina *El modelo García* y durante su alcaldía convierte a García Nuevo León en un municipio libre de Narcotráfico donde las personas viven con seguridad y sin problemas (Carvajal, 2015, párr. 04).

Uno de los logros que enaltecía durante su campaña era el haber terminado con la violencia y la inseguridad como alcalde de Ciudad García con el uso de Facebook, es importante destacar el uso de la red social desde que era alcalde.

Aunque en su época como alcalde aún no utilizaba mucho Facebook, El *Bronco* se hizo popular en Nuevo León por compartir con los habitantes de Ciudad García su número personal para atender las quejas.

2.4.2 Jaime Rodríguez, “El Bronco” abandona el PRI

En septiembre de 2014 abandonó al partido en el que militó por más de 30 años, envió una carta al dirigente estatal del partido en la que declaró que no era enemigo del partido pero que era consciente de la partidocracia dentro del PRI.

Declaró que estaba en contra de los malos manejos del PRI y en PAN, por eso “el pueblo nuevoleonés está en busca de un liderazgo que hace falta, en virtud de que ambos partidos han perdido credibilidad” (Canales, 2014, párr. 02).

Después de la salida del PRI comenzó a referirse a sí mismo como un candidato independiente y comenzó a ganar simpatizantes quienes lo ayudaron con la recolección de firmas para que el Instituto Federal Electoral lo reconociera como un candidato sin partido.

2.4.3 Requisitos del Instituto Federal Electoral para las candidaturas Independientes

El congreso de Nuevo León aprobó en 2014 las candidaturas independientes, al modificar el artículo 42 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Nuevo León. Jaime Rodríguez Calderón *El Bronco*, se registró como candidato Independiente ante la Comisión Estatal Electoral (CEE) el 3 de diciembre de 2014, cumpliendo con uno de los requisitos que marca la ley para convertirse en candidato independiente.

Desde el 29 de diciembre del 2014 *El Bronco* comenzó a buscar firmas para convertirse en candidato a la Gubernatura de Nuevo León. Por Ley, cualquier candidato debía obtener el mínimo de 3% de firmas correspondiente a la lista nominal del estado, lo cual representa 103 mil firmas.

El Instituto electoral le prohibió al *Bronco* pedir firmas por televisión y radio, todo el proceso para obtener las firmas se hizo de puerta en puerta, el candidato subió algunos videos en YouTube para que los ciudadanos de Nuevo León le ayudaran a juntar la cantidad de firmas requeridas.

A pesar de que el Consejo Estatal Electoral (CEE) pedía una cantidad de firmas importante, además de la copia de su credencial de elector, Jaime Rodríguez juntó las firmas requeridas y entregó más de 365 mil. “Cuando las autoridades electorales dieron luz verde, *El Bronco* comenzó la búsqueda de las firmas que necesitaba recabar entre la población neoleonesa para lograr ser candidato independiente a la gubernatura” (Excelsior, 2015, párr. 07). En este sentido,

El político Jaime Rodríguez Calderón, conocido como *El Bronco*, anunció que ya reunió las 103 mil firmas requeridas por la Comisión Estatal Electoral (CEE) para registrarse como candidato independiente a la gubernatura de la entidad. Después de que el 13 de diciembre se aceptara su registro como aspirante ante la CEE, *El Bronco* reunió un “ejército” de simpatizantes para recorrer las calles de la localidad (Garza, 2015, párr. 01).

Su “ejército de simpatizantes” se dedicaba a compartir las propuestas del candidato de voz en voz, aunque también lo hacían en redes sociales compartiendo la página oficial de Facebook del candidato.

El 16 de enero del 2015 entregó las firmas de sus simpatizantes, que junto con el movimiento que lo respalda al que llama “**Broncomanía**”. A pesar de tener las firmas necesarias continuó con la recolección hasta el 16 de febrero. El candidato independiente obtuvo la cantidad de 378 mil pesos para su campaña como parte del financiamiento público, cantidad muy pequeña en comparación con sus contrincantes, sin embargo, *El Bronco* trató

de devolver ese dinero, envió una carta al CEE en la que rechazó la cantidad, pero el Tribunal Estatal Electoral contestó y argumentó que no se podía devolver el dinero.

Debido a los pocos recursos que le dio el CEE, además de los pocos minutos asignados en radio y televisión, Jaime Rodríguez El *Bronco* hizo campaña en redes sociales, principalmente en Facebook. Donde interactuaba con sus seguidores y respondía dudas sobre sus propuestas.

Declaró que la televisión solo servía para promover la soberbia y la egolatría del gobernante en turno, por eso utilizaba más las redes sociales. Su primer discurso como gobernador electo fue transmitido por Periscope mientras las televisoras de Nuevo León transmitían otro tipo de programación.

2.4.4 Antecedentes de candidatos independientes en México

Ante una crisis de partidos y de representación y el hartazgo de la población, los candidatos independientes como Jaime Rodríguez *El Bronco*, representan la esperanza en los ciudadanos para votar por algo diferente, aunque los criterios para obtener el registro como candidato independiente siguen siendo muchos y el financiamiento fue menor en comparación con los candidatos de otros partidos.

Según un reporte del Instituto Belisario Domínguez,

Gracias a la reforma constitucional y legal de 2014, el proceso electoral 2014-2015 es el primero en el ámbito federal que da espacio a la contienda efectiva de las candidaturas independientes y también el primero en el ámbito local en el que hay un amplio número de candidatos independientes (Dirección General de Investigación Estratégica del Instituto Belisario Domínguez, 2015, pág. 18).

Jorge Castañeda (Ex Secretario de Relaciones Exteriores) comenzó en 2004 la búsqueda de una candidatura independiente para las elecciones presidenciales de 2006. En 2006, pidió al Instituto Federal Electoral (IFE) que lo registrara como candidato independiente para las elecciones presidenciales, pero su solicitud fue rechazada por el IFE porque según la ley, sólo los partidos políticos podían presentar candidatos para cargos de elección popular a nivel federal (Dirección General de Investigación Estratégica del Instituto Belisario Domínguez, 2015).

Castañeda demandó al Estado Mexicano ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), el gobierno mexicano adoptó una postura similar a la del IFE y confirmó la negativa de registrar su candidatura sin el respaldo de algún partido político (Dirección General de Investigación Estratégica del Instituto Belisario Domínguez, 2015).

Aunque las autoridades mexicanas no dieron un veredicto a favor de Castañeda, se abrió el debate para regular las candidaturas independientes en todo el país. El caso Castañeda no fue el primero ni el único caso de candidatura independiente. Elisa de Anda (abril 2009) presentó su solicitud para postularse como candidata a diputada federal independiente en el distrito XXIII del Distrito Federal. Sin embargo, El Consejo Distrital le negó el registro en mayo con el mismo argumento que a Castañeda, la única forma de poder acceder a las candidaturas es a través de un partido político. (Dirección General de Investigación Estratégica del Instituto Belisario Domínguez, 2015)

Manuel Clouthier Carrillo decidió dejar al PAN en 1990 después de la muerte de su padre quien también formó parte del partido, en 2012 anunció que se postularía como candidato independiente a la presidencia. “con apoyo del movimiento *Reforma Política Ya*,

buscó registrar su candidatura ante el IFE pero fue rechazada, por lo que impugnó la decisión ante el TEPFJ (Dirección General de Investigación Estratégica del Instituto Belisario Domínguez, 2015).

Con el movimiento *Reforma Política Ya*, buscaba nuevas formas de representación ciudadana, después de la Reforma Constitucional de 2012 impulsada por el movimiento se logró que los candidatos independientes tuvieran financiamiento público, fue un antecedente importante para las candidaturas independientes y gracias a esta, en 2015 logró ser diputado federal sin partido.

Después de varios intentos de políticos mexicanos para obtener una candidatura por la vía independiente, ante el descontento y exigencias de políticos y ciudadanos en 2009 comenzó a planearse una reforma que contemplara por primera vez la existencia de dichos candidatos.

Reforma Constitucional de 2009. En diciembre de 2015 el presidente Felipe Calderón, presentó una iniciativa de reforma política entre sus objetivos estaban: “El fin de la iniciativa era fortalecer la participación de los ciudadanos en asuntos públicos y “abrirles canales de participación política distintos de la militancia partidista” (Dirección General de Investigación Estratégica del Instituto Belisario Domínguez, 2015, pág. 02).

El 2 de agosto de 2012 se publicó una reforma en la que se incorporó la figura de las candidaturas independientes. Pero no agregaba un marco normativo y daba un año para que los estados de la república la pusieran en vigor.

Durante los procesos electorales de 2013, sólo tres estados habían realizado las adecuaciones necesarias a sus legislaciones: Zacatecas, Quintana Roo y Durango.

La reforma de 2012, aunque introdujo la figura de candidaturas independientes en la Constitución, no dio claridad ni aplicabilidad efectiva a las candidaturas independientes, en particular en lo referente a los requisitos de registro, operación y acceso a prerrogativas (medios de comunicación y financiamiento) (Dirección General de Investigación Estratégica del Instituto Belisario Domínguez, 2015, pág. 04).

Aunque la reforma del 2012 ayudó a que los candidatos independientes fueran reconocidos a nivel federal, aún existían huecos en la ley que no estaban del todo claros.

En 2014 se publicó otra reforma político-electoral en se publicó en el Diario Oficial de la Federación una reforma constitucional en materia política, en el apartado de candidatos independientes explica los requisitos y financiamiento, cubriendo algunos huecos legales.

La reforma señala que todo aquel ciudadano que reúna el porcentaje de firmas de apoyo necesario será registrado por los órganos del INE como candidato, es decir, si recaba firmas equivalentes al uno por ciento de la lista nominal nacional para la elección de Presidente de la República, al dos por ciento de la lista nominal de la entidad en el caso de elecciones a senador y al dos por ciento de la lista nominal del distrito electoral en el caso de elecciones a diputado (Gobierno de la República, 2014, pág. 14).

En esa misma reforma se estableció que el financiamiento, espacios en radio y televisión para los candidatos sería considerado como a los de un partido político nuevo.

En ese sentido, sólo participarán en el reparto del 30 por ciento de la cantidad determinada como franja igualitaria. Con ello, la reforma abonará a la participación ciudadana y a que los mexicanos que opten por esta vía para buscar un puesto de elección popular compitan en condiciones de equidad con los candidatos postulados por los partidos políticos (Gobierno de la República, 2014, pág. 14).

Después de la reforma de 2014 se hizo más claro el proceso para registrar una candidatura independiente, con lo que Jaime Rodríguez Calderón, Manuel Clouthier Carrillo, Pedro Kumamoto, por mencionar algunos, lograron competir por un puesto de representación popular por la vía independiente.

Jaime Rodríguez logró obtener la gubernatura del Estado de Nuevo León en 2015, Pedro Kumamoto llegó al Congreso del Estado de Jalisco como diputado del Distrito 10 en el periodo 2015-2017 apoyado por el proyecto wikipolitica, una organización que promueve la participación ciudadana en diferentes ciudades del país. Manuel Clouthier en 2015 se convirtió en el primer diputado federal independiente, actualmente está retirado de la política.

El ascenso de las candidaturas independientes en el periodo 2014-2015 en gran parte se debió al constante aumento de la desconfianza de los mexicanos en autoridades e instituciones como los partidos políticos.

El casi monopolio de las dirigencias partidistas en la selección de candidatos a puestos de elección popular es otro aspecto que ha influido en hacer de las candidaturas independientes un instrumento atractivo para ciudadanos que no encuentran en los partidos posibilidades reales de ejercicio de su derecho ciudadano a ser votado” (Dirección General de Investigación Estratégica del Instituto Belisario Domínguez, 2015, pág. 03).

2.5 Conclusiones

La ubicación geográfica del Estado de Nuevo León lo hace un territorio importante para los Carteles de la droga mexicanos que buscan llegar a territorio estadounidense. El último gobernador priísta estuvo en escándalos de corrupción y narcotráfico, además su antecesor había aumentado la deuda del Estado.

Los ciudadanos estaban cansados de la inseguridad y de ataques a civiles por parte de cárteles de la droga, como lo ocurrido en el Casino Royale que terminó en una tragedia que marcó a los ciudadanos, el contexto político y social ayudó a que se abriera camino un personaje como Jaime Rodríguez Calderón: *El Bronco*, alguien que declaraba no tener miedo a nada y dispuesto a trabajar con mano dura.

A pesar de haber sido Alcalde de García con el PRI, creó un sistema en el que se mantenía en contacto con los habitantes del municipio por medio de mensajes en Facebook, con lo que pudo regresar la seguridad a los ciudadanos y se ganó su confianza, por primera vez en México se veía a una red social como un medio de comunicación entre el gobierno y la sociedad.

El Bronco llegó con una propuesta renovada en la que los ciudadanos eran escuchados por medios de comunicación nuevos, que permitían verlo como una persona común, ya que también había sufrido ataques del crimen organizado hacia su familia, dejándolo sin un hijo.

Aunque en México ya había antecedentes de candidatos independientes, no existían las reformas necesarias para lograr que un ciudadano pudiera cubrir todos los requisitos para participar en un proceso electoral. Después de 2014 con movimientos ciudadanos se logró que algunos independientes ocuparan un cargo público.

Jaime Rodríguez logró recolectar más de 100 mil firmas, mientras salía a pedir firmas estaba en contacto con ciudadanos que confiaban y compartían las ideas con otros, formando cadenas o redes de apoyo que le servirían en el futuro.

A pesar de tener una clara desventaja en presupuesto para la campaña y en tiempos para radio y televisión, supo utilizar las redes sociales para hacer un tipo de campaña diferente a todo lo que los demás candidatos ofrecían, en redes sociales podía mostrar contenido sin censura e incluso irreverente, algo nuevo en la política mexicana.

En las elecciones del 7 de junio de 2015 ganó con una ventaja de más del 20% sobre la candidata del PRI, esa misma noche dio un discurso de agradecimiento que sólo se transmitió por Periscope, dejando fuera a las televisoras de Nuevo León a quienes ya había atacado anteriormente por darle mucho espacio en programas de televisión a la candidata priísta.

Figura. 7. Resultados de las elecciones del 7 de junio de 2015 Nuevo León

Candidato	Partido(s)	Votación %	Total de Votos
Jaime Rodríguez, <i>El Bronco.</i>	Independiente	48.8%	1,020,552
Ivonne Liliana Álvarez García	(Alianza por tu seguridad) PRI/PVME/Nueva Alianza/Partido Demócrata	23.86%	498,644
Felipe de Jesús Cantú Rodríguez	PAN	22.32%	466,543

Nota: Tabla realizada con información del portal de CEE (Comisión Estatal Electoral Nuevo León), 2020.

Capítulo III. Análisis de contenido: Campaña para gobernador de Nuevo León 2015

En este capítulo se explicará qué es un análisis de contenido, por qué sería un método adecuado para analizar las imágenes posteadas en Facebook por el candidato independiente Jaime Rodríguez Calderón *El Bronco* y la candidata del PRI Ivonne Álvarez, durante el tiempo de campaña y la razón de utilizar o desechar ciertas variables y valores.

3.1 ¿Qué es un análisis de contenido?

Para construir una definición más amplia de análisis de contenido se van a revisar dos autores: Gillian Rose (2016) y Phill Bell (2004). La primera definición, según Gillian Rose sobre el análisis de contenido es la siguiente:

El análisis de contenido -y sus variaciones, como el análisis cultural- está basado en contar la frecuencia de ciertos elementos visuales de un grupo de imágenes claramente definido, y después analizar esas frecuencias. Para el análisis de contenido, cada aspecto de este proceso tiene ciertos requisitos en orden para conseguir resultados replicables y válidos (Rose, 2016, pág. 88).

Por su parte, Phillip Bell define esta técnica de la siguiente manera:

Primero, una definición general: el análisis de contenido es un procedimiento empírico (observacional) y objetivo para cuantificar la representación "audiovisual" (incluida la verbal) grabada utilizando categorías confiables y explícitamente definidas ("valores" en "variables" independientes) (Bell, 2004, pág. 13).

Para ambos autores el análisis de contenido incluye elementos visuales (imágenes) o audiovisuales (videos), en las que vamos a analizar elementos que se repiten para después cuantificarlos. En este análisis se decidió utilizar solamente las imágenes publicadas en la página oficial de Facebook del candidato independiente Jaime Rodríguez Calderón *El*

Bronco. Después seguiremos con los pasos que ambos autores proponen para realizar el análisis.

Para ambos autores la hipótesis es parte central de la investigación y coinciden en que debe ser clara y precisa. “Como todas las metodologías de investigación, el análisis de contenido es un procedimiento efectivo solo si las hipótesis precisas y los conceptos claramente definidos respaldan su uso” (Bell, 2004, pág. 15). De igual forma, “como con cualquier otro método, las imágenes elegidas para realizar un análisis de contenido deben ser adecuadas para la pregunta de investigación.” (Rose, 2016, pág. 88)

La hipótesis que trataremos de demostrar con este análisis es: En la campaña para gobernador a Nuevo León del 2015, el candidato independiente Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón, alias *El Bronco*, al identificarse como independiente se salía de los parámetros convencionales en varios factores, a diferencia de sus adversarios de otros partidos; además interactuaba en Facebook con los ciudadanos, lo que hizo que la población lo sintiera más cercano a ellos.

Para rechazar o no rechazar la hipótesis, debemos seguir un procedimiento, como bien lo indican los autores, el primero fue escoger una muestra o corpus. Para este paso,

No hay reglas para decidir que tamaño de muestra se debe utilizar. El tamaño de la muestra depende en parte de la cantidad de variables en las imágenes más relevantes. Si hay una amplia gama de variables, el tamaño de la muestra debe ser lo suficientemente grande como para contener ejemplos. La muestra no debe ser tan grande ya que puede agotar los recursos disponibles para analizarla (Rose, 2016, pág. 91).

Asimismo,

Primero, la elección del alcance, número o escala del contenido visual a estudiar debe describirse explícitamente antes de comenzar las observaciones detalladas. Esto implica decidir qué "corpus" o qué tamaño de muestra 'o qué 'campo 'o 'dominio de representación' se estudiará: cuántas revistas, cuántos anuncios, cuántas ediciones de uno o más periódicos, etcétera (Bell, 2004, pág. 14).

El corpus (o muestra) elegido para realizar este análisis fue de 71 imágenes recuperadas de Facebook, la mayor parte de esas imágenes están acompañadas de texto, dentro de la imagen o en la descripción de la publicación. Los videos quedaron excluidos para no hacer muy pesado el análisis.

Siguiendo la definición de Bell, "¿Cuál es el "contenido" del análisis de contenido? El material analizado mediante el análisis de contenido puede ser visual, verbal, gráfico, oral; de hecho, cualquier tipo de información visual / verbal significativa" (Bell, 2004, págs. 14-15).

Después de elegir el tamaño de la muestra, debemos "codificar las imágenes" que es la parte más importante para lograr una buena investigación. Este paso, Rose lo define de la siguiente manera:

Después de seleccionar una muestra de imágenes para trabajar, la siguiente etapa es diseñar un conjunto de categorías para codificar las imágenes. [...] El punto clave a recordar, es que las imágenes deben reducirse a una serie de componentes que se pueden etiquetar de una manera que tenga cierta importancia analítica (Rose, 2016, pág. 92).

Para explicar la codificación de las imágenes utilizaremos solamente la definición de Bell ya que consideramos que es más fácil y rápido de entender. "En lugar de hablar de "categorías", he distinguido variables y valores. Cada variable, y dentro de ella cada valor,

debe definirse en términos de una característica principal de representación” (Bell, 2004, pág. 17).

Una variable de contenido es cualquier dimensión (tamaño, rango de color, posición en una página o en un boletín de noticias); o cualquier rango de opciones de un tipo similar que podría sustituirse entre sí, por ejemplo, una lista de participantes representados (hombres / mujeres; adultos / niños) o una serie de "configuraciones" (Bell, 2004, pág. 15).

Para este análisis tenemos las variables: *lenguaje, vestimenta, acompañamiento, identidad y actividades.*

Para observar y cuantificar categorías de contenido, primero es necesario definir variables relevantes de representación y/o notoriedad. Luego, en cada variable, los valores se pueden distinguir para producir las categorías de contenido que se deben observar y cuantificar (Bell, 2004, pág. 15).

Por ejemplo, la variable *vestimenta* se divide en formal e informal que son del mismo tipo, pero diferentes entre sí. Las variables y valores utilizados para este análisis de contenido serán explicadas en el siguiente apartado.

Una variable tiene componentes que llamaremos valores. Estos son elementos que son del mismo tipo lógico. Es decir, los elementos pueden sustituirse entre sí porque pertenecen a la misma clase: estos constituyen los valores de una variable particular. [...] Los valores definidos en cada variable también deben ser mutuamente excluyentes y exhaustivos (otro criterio técnico que se discutirá a continuación) (Bell, 2004, pág. 16).

Aunque los elementos de valores pertenezcan a la misma clase (en el ejemplo de *vestimenta*) se excluyen porque no son lo mismo, aunque estamos hablando de ropa se distingue en formal e informal.

Observe nuevamente la lógica de dicho sistema: cada variable es independiente de todas las demás. Todos los valores en una variable dada son mutuamente excluyentes: cualquier

elemento de representación observado solo puede clasificarse en un valor en cada variable, y los valores definidos deben ser exhaustivos; los valores deben cubrir todas las categorizaciones posibles en la respectiva variable (Bell, 2004, pág. 16).

Se habla de valores exhaustivos cuando cubren los posibles resultados, en el caso de *vestimenta*, formal e informal son los dos tipos de ropa que utilizaba el candidato, la variable y valores están completos. Aunque el análisis de contenido no es literalmente una herramienta en el sentido físico, es un método de clasificación y de cuantificación, por lo que sus definiciones deben ser lo suficientemente precisas para ser utilizadas de manera confiable. (Bell, 2004)

Si las variables y valores no están claramente definidos en análisis de contenido no va a ser útil para demostrar o no la hipótesis, las categorías nos ayudarán para crear un conteo rápido de elementos dentro de una imagen. Por lo tanto, el análisis de contenido es una técnica cuyos resultados deben interpretarse a través de una comprensión de cómo los códigos en una imagen se conectan al contexto más amplio dentro del cual esa imagen tiene sentido. Hacer eso requiere no solo habilidades cuantitativas sino también cualitativas. (Rose, 2016)

No podríamos entender las variables que decidimos utilizar para este análisis sin el contexto de las elecciones para gobernador de Nuevo León en 2015, por sí solas no nos explican nada.

Para resumir esta discusión introductoria: el análisis de contenido visual es un método de observación sistemático utilizado para probar hipótesis sobre las formas en que los medios representan a personas, eventos, situaciones, etc. Permite la cuantificación de muestras de contenido observable clasificadas en distintas categorías. [...] permite la descripción de

campos de representación visual al describir los constituyentes de una o más áreas definidas de representación, períodos o tipos de imágenes (Bell, 2004, pág. 14).

3.2 Análisis de contenido visual Bronco

En este apartado se presenta el análisis de contenido de las publicaciones de Facebook de *El Bronco*. Primero se expone el contexto de las elecciones del 2015 en Nuevo León, posteriormente se da a conocer la hipótesis y más adelante se dan a conocer las variables y dimensiones que sustentan esta investigación.

3.2.1 Contexto

El Estado de Nuevo León antes de las elecciones del 2015 había estado bajo una administración Priísta, misma que al terminar se dio a conocer por los escándalos de corrupción del exgobernador Rodrigo Medina de La Cruz.

Ante el escenario de enojo y descontento con el PRI a nivel nacional, los ciudadanos tenían una nueva opción más allá de los partidos tradicionales, la idea de un candidato independiente no era mal vista entre los habitantes de Nuevo León. Jaime Rodríguez *El Bronco*, se registró como candidato independiente el 3 de diciembre de 2014, el 29 de diciembre del mismo año empezó a recolectar las 103 mil firmas que le pidió el organismo electoral de Nuevo León.

En enero de 2015, *El Bronco* ya había recolectado 150 mil firmas, y dijo que podía reunir más, en febrero de 2015 entregó 394 mil firmas para completar su registro como candidato independiente, de las cuales 334 mil fueron válidas. Completó su registro como candidato independiente a la gubernatura de Nuevo León el 2 de marzo de 2015, fue el primer independiente en postularse al cargo.

El 7 de junio de 2015 se llevaron a cabo las elecciones para elegir gobernador, alcaldes y diputaciones locales. Jaime Rodríguez Calderón ganó con un total de 48.82% de los votos.

En la campaña para gobernador a Nuevo León del 2015, el candidato independiente Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón, alias *El Bronco*, ganó simpatizantes porque era un candidato que se mostraba diferente, la mayor parte de su campaña se hizo en redes sociales especialmente Facebook, ya que según documentos oficiales de la CEE, de acuerdo a la ley obtuvo un total de: \$383,329.46 MXN (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2015) para gastos de campaña, además de las aportaciones que recibió; y sólo 62 promocionales para radio y televisión, (Comisión Estatal Electoral de Nuevo León, 2014) a diferencia de sus contrincantes. El candidato del PAN obtuvo 879 promocionales y un financiamiento de \$29,130,292.37 MXN; la del PRI 682 promocionales y \$23,295,799.33 MXN.

Ante las evidentes desigualdades en campaña, las redes sociales representaron una opción viable para hacer campaña, ya que subir fotografías y publicar post es gratis. Utilizó Facebook porque en México sigue siendo la red social con más usuarios.

3.2.2 Hipótesis

Al identificarse como independiente se salía de los parámetros convencionales, a diferencia de sus adversarios de otros partidos; lo que hizo que la población lo sintiera más cercano a ellos, junto con otros candidatos independientes fueron los primeros en aprovechar la inmediatez y constante interacción en redes sociales con los ciudadanos para compartir sus ideas de campaña.

El éxito de los candidatos independientes se debe al contexto sociopolítico de México y el mundo, así como al uso de las redes sociales y la interacción con sus seguidores. En este contexto, el uso de redes sociales en la campaña de Jaime Rodríguez se debió a que en medios tradicionales no le daban espacio para presentar sus propuestas.

3.2.3 Corpus

Se eligió utilizar las fotografías posteadas en su página oficial en Facebook, durante el periodo de campaña oficial que fue entre el 6 marzo 2015 al 3 junio del mismo año, en este análisis se utilizó un total de 71 fotografías. Las imágenes fueron recopiladas en 2019.

3.2.4 Definición de cuadro de variables y valores de los posts de Jaime Rodríguez Calderón, “El Bronco”



Las imágenes se van a analizar de acuerdo con el siguiente cuadro, que contiene variables que, a la vez, se dividen en valores o categorías, que son las siguientes: *lenguaje, vestimenta, acompañamiento, identidad y actividad.*



Variable *lenguaje*: se divide en técnico y jerga, a continuación, se definen los valores

Figura 8. Cuadro de descripción de la variable *lenguaje*



VARIABLE LENGUAJE

TÉCNICO	Se refiere a el lenguaje político utilizado en campaña para explicar sus propuestas, habla en tomo amistoso, aunque es formal cuando pide a la población que lo apoyen.	Ejemplo 
JERGA	Se refiere al uso del lenguaje de un grupo en específico, en este caso la jerga de los norteros, el candidato se refiere a sus seguidores de Facebook usando términos como “raza”, creando un vínculo de cercanía.	Ejemplo 

- Variable *vestimenta*: es la forma en la que el candidato se vestía en las fotos que se subieron a redes sociales.

Figura 9. Cuadro de descripciones de la variable *vestimenta*



VARIABLE VESTIMENTA

<p>FORMAL</p>	<p>Se define como el uso de traje (saco y pantalón) camisa y opcional uso de corbata.</p> <p>Ejemplo</p> 
<p>INFORMAL</p>	<p>Es el uso de pantalón de mezclilla, botas, sombrero y camisa.</p> <p>Ejemplo</p> 

- Variable *acompañamiento*: se refiere a la o las personas que se encontraban a su alrededor

Figura 10. Cuadro de descripción de la variable *acompañamiento*

VARIABLE ACOMPAÑAMIENTO

<p>MULTITUD</p>	<p>Como el nombre lo dice son los seguidores que lo acompañan en mítines</p>	<p>Ejemplo</p> 
<p>EMPRESARIOS</p>	<p>Con los que se reunía en campaña para platicar sus propuestas</p>	<p>Ejemplo</p> 

FAMILIA

Que podría ser su esposa, hijos, madre o suegra



POLÍTICOS

Que se acercaron a él porque se interesaban en sus propuestas, o para crear alianzas



EQUIPO DE CAMPAÑA

Que lo acompañaba cuando hacía recorridos por Nuevo León



SIMPATIZANTES

Que son ciudadanos que se acercan a él en las calles para conocer su proyecto



CABALLO

Porque se cree que fue un elemento clave para sustentar la imagen de ciudadano trabajador



SÓLO


Él es el centro de atención.



- Variable *identidad*: es la forma en la que el candidato se define a sí mismo, si hace mención recurrente a que es independiente o prefiere no recordarlo a los seguidores

Figura 11. Cuadro de descripción de la variable *identidad*

VARIABLE IDENTIDAD

ANTI-PARTIDOS	Se refiere a estar en contra de Ejemplo los principales partidos que son Partido Revolucionario Institucional (PRI) y Partido Acción Nacional (PAN)	
----------------------	---	---

INDEPENDIENTE

Es no pertenecer a ninguno de los partidos ya mencionados, es la manera como creó su candidatura. Ejemplo



NO SE DEFINE

se refiere a que no menciona su postura política.



- Variable *actividades*: se refiere a qué estaba realizando el candidato en el momento en que se tomaron las fotografías

Figura 12. Cuadro de descripciones de *actividades*

ACTIVIDADES

<p>CAMPAÑA</p>	<p>Tratando de conseguir el voto</p>	
<p>CONVENCIA FAMILIAR</p>	<p>Compartiendo tiempo con su esposa, hijos o parientes</p>	

**ACTIVIDADES
COTIDIANAS**

Como comidas ya que, cuando salía a hacer actividades como cualquier persona, se acercaban a él algunos ciudadanos



**INTERACTUANDO
CON LOS
CIUDADANOS**

En algún recorrido, algunos eventos a los que fue invitado para hablar de sus proyectos



MEDIOS

Cuando acudía a entrevistas con algunos, pues se le otorgó poco presupuesto para hacer campaña en medios como radio y televisión.



Después de recopilar las variables y valores que se utilizaran, se puede comenzar el análisis de contenido de las publicaciones del candidato independiente, para realizarlo utilizaremos la siguiente tabla.

Tabla 1. Tabla de variables y valores para el análisis de contenido visual de la campaña de Jaime Rodríguez “El Bronco”

Lenguaje	Vestimenta	Acompañamiento	Identidad	Actividades
Técnico	Formal	Multitud	Anti-partidos	Campaña
Jerga	Informal	Empresarios	Independiente	Convivencia familiar
		Familia	No se define	Cotidianas
		Políticos		Interacción con ciudadanos
		Equipo de campaña		Eventos
		Simpatizantes		Medios
		Caballo o animales		
		Solo		

3.3 Análisis de contenido visual Ivonne Álvarez

3.3.1 Contexto

La manera de hacer campañas electorales ha cambiado con el tiempo y se sigue evolucionando, los medios de comunicación que tenemos ahora no existían en décadas anteriores, por lo tanto, los partidos deben modernizarse para lograr su objetivo principal, ganar una elección.

Ivonne Álvarez García fue la candidata a la gubernatura de Nuevo León por la coalición “Alianza por tu seguridad”. Dicha coalición estaba encabezada por el PRI y otros partidos pequeños como el Partido Verde Ecologista de México (PVEM), Partido Nueva Alianza (PANAL) y Partido Demócrata.

Nuevo León tenía como antecedente a un gobernador priísta señalado por tener nexos con el crimen organizado y corrupción. Los habitantes de Nuevo León ya habían pasado por gobiernos panistas y priístas que poco habían hecho para solucionar los problemas que tenía el estado.

3.3.2 Hipótesis

Al pertenecer a un partido, la candidata Ivonne Álvarez tenía que seguir los modelos tradicionales que opera el PRI para hacer campaña, su imagen y valores están establecidos por la imagen del partido, pocas acciones fueron novedosas y los colores que utilizó la candidata siempre fueron verde, blanco y rojo, colores emblemáticos de su partido.

La cibercampaña de Ivonne Álvarez fue más tradicional, ya que no hubo tantos elementos novedosos, no pusieron tanto énfasis en las redes sociales como lo hizo el

candidato independiente, quien por ese medio también se acercaba a los ciudadanos invitándolos a enviar mensajes o respondiendo comentarios.

3.3.3 Corpus

Se eligió utilizar las fotografías posteadas en la página oficial de la candidata Ivonee Álvarez en Facebook, durante el periodo de campaña oficial que fue entre el 6 marzo al 3 junio del 2015. En este análisis se utilizó un total de 98 fotografías. Las imágenes fueron recopiladas en 2019.

3.3.4 Definición del cuadro

Se trató de utilizar las mismas variables del análisis de la campaña de Jaime Rodríguez, *El Bronco*; sin embargo, algunas no coincidían con las publicaciones de la candidata Ivonne Álvarez, así que se sometieron a algunos cambios.

Las imágenes se van a analizar de acuerdo con el siguiente cuadro, que contiene variables que, a la vez, se dividen en valores o categorías, que son las siguientes: *lenguaje, vestimenta, acompañamiento, identidad y actividad relacionadas con el partido.*

- La variable ***lenguaje*** se divide en los valores técnico y amigable; **técnico**,

Figura 13. Cuadro de descripción de la variable *lenguaje* para Ivonne Álvarez

VARIABLE LENGUAJE

<p>TÉCNICO</p>	<p>Se refiere a el lenguaje político utilizado en campaña para explicar sus propuestas, es formal cuando pide a la población que la apoyen.</p>	<p>Ejemplo</p>  <p>The image shows a screenshot of a Facebook post from Ivonne Álvarez dated April 13, 2015. The text of the post reads: "¡Vamos a seguir generando empleos en todo el Estado; ese es mi trabajo, que las familias puedan salir adelante! ¡Haremos ese #NuevoLeón líder, ejemplo de México!". Below the text are two photographs: the top one shows Ivonne Álvarez in a red jacket smiling with a group of people, and the bottom one shows a large crowd of people at an outdoor event.</p>
-----------------------	---	---

AMIGABLE

Usa palabras como: amigos, mi gente, para referirse a los ciudadanos que la acompañan en mítines o recorridos por colonias de Nuevo León.

Ejemplo



- La siguiente variable, ***vestimenta*** se divide en valores **formal** e informal; el primer Mientras que **informal** es el uso de pantalón de mezclilla, camisa con el logo del partido y chaleco.

Figura 14. Cuadro de descripción de la variable *vestimenta* para Ivonne Álvarez

VARIABLE VESTIMENTA

<p>FORMAL</p>	<p>Valor se define como el uso de traje Ejemplo sastre (saco y pantalón) y vestidos.</p> <div data-bbox="938 703 1458 1386"> </div>
----------------------	---

INFORMAL

Es el uso de pantalón de mezclilla, Ejemplo

camisa con el logo del partido y chaleco.



- En **acompañamiento** se refiere a las personas que estaban con ella mientras realizaba campaña.

Figura 15. Cuadro de descripción de la variable *acompañamiento* para Ivonne Álvarez

VARIABLE ACOMPAÑAMIENTO

<p>MULTITUD</p>	<p>Que como el nombre lo dicen son los seguidores que la acompañan en mítines</p>	
<p>MIEMBROS DE PARTIDOS</p>	<p>Con los que se reunía en campaña para platicar sus propuestas</p>	

FAMILIA

que son su hijo
y esposo.



POLÍTICOS

Que se
acercaron a
ella para dar
apoyo a su
proyecto



SIMPATIZANTES

Simpatizantes

que son ciudadanos que se acercan a ella en las calles para conocer su proyecto.



SOLA



Ella es el centro de atención.



➤ **Identidad** es la forma en la que la candidata se define a sí misma

Figura 16. Cuadro de descripción de la variable *identidad* para Ivonne Álvarez

VARIABLE IDENTIDAD

<p>MIEMBRO DEL PRI</p>	<p>Por las fotos en las que menciona al partido o la coalición a la que pertenece y por los logos que añaden en las fotografías.</p>	<p>Ejemplo</p> 
<p>NO SE DEFINE</p>	<p>Se refiere a que no menciona la coalición a la que representa.</p>	<p>Ejemplo</p> 

- En la variable actividades, los valores se refieren a qué estaba realizando la candidata en el momento en que se tomaron las fotografías **campana** tratando de conseguir el voto, **convivencia familiar**, con su esposo e hijo, antes o después de salir a algún mitin, **interactuando con los ciudadanos**, y en **eventos del partido**, finalmente la variable **eventos**.

Figura 16. Cuadro de descripción de la variable *actividades* para Ivonne Álvarez

ACTIVIDADES

<p>CAMPAÑA</p>	<p>Tratando de conseguir el voto</p>	
-----------------------	--------------------------------------	---

**CONVENCIA
FAMILIAR**

Compartiendo tiempo con su
esposo e hijo



**INTERACTUANDO
CON LOS
CIUDADANOS**

en algún recorrido conversando
con personas



**EVENTOS DEL
PARTIDO**

En los que acudía para saludar a
diputados, alcaldes y demás
miembros del partido.



EVENTOS

Cuando asistía a eventos con empresarios, o de Universidades, ONG's etc..



Aunque las tablas tienen similitudes, se han cambiado algunos valores de las variables para realizar el análisis de contenido en las publicaciones de la candidata Ivonne Álvarez.

Tabla 2. Cuadro de variables y valores para el análisis de contenido visual de la campaña de Ivonne Álvarez

Lenguaje	Vestimenta	Acompañamiento	Identidad	Actividades
Técnico	Formal	Multitud	Miembro del PRI	Campaña
Amigable	Informal	Miembros de Partidos	No se define	Convivencia familiar
		Familia		Interacción con ciudadanos
		Empresarios o miembros de ONGs		Eventos del partido
		Simpatizantes		Eventos
		Sola		

3.4 Análisis de resultados de las campañas de ambos candidatos: *El Bronco*: “El bronco y uno más” e Ivonne Álvarez. “La Alianza por tu Seguridad”

3.4.1 marzo 2015

Tabla 3. Clasificación de fotos de las publicaciones de Facebook de *El Bronco* de acuerdo con las variables

Se analizaron las publicaciones realizadas en la página oficial de *El Bronco* durante el mes de marzo, se encontraron 29 publicaciones en las que el lenguaje jerga predominó en los posteos, la vestimenta informal fue la más utilizada, en las fotos se veía acompañado con simpatizantes o su equipo y el candidato se identificaba en la mayoría de las publicaciones como alguien independiente.

Lenguaje	No. de fotos	Vestimenta	No. de fotos	Acompañamiento	No. de fotos	Identidad	No. de fotos	Actividades	No. de fotos
Técnico	11	Formal	3	Multitud	2	Anti partidos	0	Campaña	16
Jerga	18	Informal	28	Empresarios	2	Independiente	15	Convivencia familiar	1
				Familia	2	No se define	14	Cotidianas	1
				Políticos	0			Interacción con los ciudadanos	10
				Equipo de campaña	4			Eventos	1
				Simpatizantes	15			Medios	0
				Caballo	2				
				Solo	3				

* Total de fotos analizadas de marzo de 2015: 29

Tabla 4. Clasificación de las fotos de publicaciones de Facebook de Ivonne Álvarez durante marzo 2015

Al igual que con el candidato independiente, se analizaron las publicaciones del mes de marzo, se encontraron 40 fotos en las que predominó el lenguaje amigable y una vestimenta informal, aparecía acompañada de miembros de partidos y mencionaba a su partido.

Lenguaje	No. de fotos	Vestimenta	No. de fotos	Acompañamiento	No. de fotos	Identidad	No. de fotos	Actividades	No. de fotos
Técnico	16	Formal	6	Multitud	9	Miembro del PRI	34	Campaña	24
Amigable	24	Informal	34	Miembros de Partidos	12	No se define	6	Convivencia familiar	1
				Familia	2			Interacción con ciudadanos	9
				Empresarios o ONGs	4			Eventos del partido	3
				Simpatizantes	10			Eventos	3
				Sola	3				

*Total de fotos analizadas de marzo de 2015: 40

3.4.2 abril 2015

Tabla 5. Clasificación de las fotos de las publicaciones de Facebook de *El Bronco* de abril 2015

Durante abril el número de publicaciones disminuyó, continúa predominando el lenguaje jerga, aunque en este mes se le vio al candidato independiente vestirse más formal la mayoría de sus fotos son tomadas en compañía de sus simpatizantes, defiende que es un candidato independiente y realiza actividades de campaña en sus fotos.

Lenguaje	No. de fotos	Vestimenta	No. de fotos	Acompañamiento	No. de fotos	Identidad	No. de fotos	Actividades	No. de fotos
Técnico	7	Formal	2	Multitud	3	Anti partidos	0	Campaña	10
Jerga	13	Informal	1	Empresarios	3	Independiente	12	Convivencia familiar	0
				Familia	0	No se define	8	Cotidianas	1
				Políticos	1			Interacción con los ciudadanos	6
				Equipo de campaña	3			Eventos	1
				Simpatizantes	9			Medios	2
				Caballo	1				
				Solo	0				

*Total de imágenes analizadas en abril de 2015: 20

Tabla 6. Clasificación de las fotos de publicaciones de Facebook de Ivonne Álvarez durante abril 2015

La candidata subió más fotos durante abril a su página oficial de Facebook, manejó un lenguaje más técnico y una vestimenta informal, subía fotos acompañada de simpatizantes y podíamos encontrar elementos como banderas que utilizaba para identificarse como miembro del PRI, al igual que *El Bronco*, realizaba actividades de campaña en sus fotografías.

Lenguaje	No. de fotos	Vestimenta	No. de fotos	Acompañamiento	No. de fotos	Identidad	No. de fotos	Actividades	No. de fotos
Técnico	19	Formal	10	Multitud	6	Miembro del PRI	23	Campaña	14
Amigable	7	Informal	16	Miembros de Partidos	2	No se define	3	Convivencia familiar	0
				Familia	0			Interacción con ciudadanos	7
				Empresarios o ONGs	2			Eventos del partido	1
				Simpatizantes	12			Eventos	4
				Sola	4				

*Total de fotos analizadas de abril de 2015: 26

3.4.3 mayo

Tabla 7. Clasificación de las fotos de las publicaciones de Facebook de *El Bronco* de mayo 2015

El candidato independiente subió 19 publicaciones a Facebook, al igual que los meses pasados continúa utilizando el lenguaje jerga, vestimenta informal y acompañado por multitudes, faltaba poco para que terminara la campaña y se identificaba como un candidato independiente, realizando actividades de campaña.

Lenguaje	No. de fotos	Vestimenta	No. de fotos	Acompañamiento	No. de fotos	Identidad	No. de fotos	Actividades	No. de fotos
Técnico	3	Formal	8	Multitud	7	Anti partidos	1	Campaña	12
Jerga	16	Informal	11	Empresarios	2	Independiente	13	Convivencia familiar	0
				Familia	0	No se define	5	Cotidianas	0
				Políticos	4			Interacción con los ciudadanos	5
				Equipo de campaña	1			Eventos	0
				Simpatizantes	4			Medios	2
				Caballo	0				
				Solo	1				

* Total de imágenes analizadas en mayo de 2015: 19

Tabla 8. Clasificación de las fotos de publicaciones de Facebook de Ivonne Álvarez durante mayo 2015

Durante el último mes antes de terminar la campaña, Ivonne Álvarez redujo el número de publicaciones, predominó el lenguaje técnico, utilizó más vestimenta informal y mostró fotos con multitudes y simpatizantes. Se identificaba como miembro del PRI y realizando actividades de campaña.

Lenguaje	No. de fotos	Vestimenta	No. de fotos	Acompañamiento	No. de fotos	Identidad	No. de fotos	Actividades	No. de fotos
Técnico	11	Formal	7	Multitud	4	Miembro del PRI	11	Campaña	11
Amigable	8	Informal	12	Miembros de Partidos	1	No se define	8	Convivencia familiar	1
				Familia	1			Interacción con ciudadanos	2
				Empresarios o ONGs	3			Eventos del partido	1
				Simpatizantes	7			Eventos	4
				Sola	3				

*Total de fotos analizadas de mayo de 2015: 19

3.4.4 junio

Tabla 9. Clasificación de las fotos de las publicaciones de Facebook de *El Bronco* de junio 2015

Las publicaciones en los últimos días de campaña disminuyeron, tuvo 3 publicaciones con lenguaje jerga, vestimenta informal y acompañado con empresarios, equipo de campaña y simpatizantes, se identificaba como independiente y realizaba actividades de campaña.

Lenguaje	No. de fotos	Vestimenta	No. de fotos	Acompañamiento	No. de fotos	Identidad	No. de fotos	Actividades	No. de fotos
Técnico	0	Formal	1	Multitud	0	Anti partidos	0	Campaña	3
Jerga	3	Informal	2	Empresarios	1	Independiente	3	Convivencia familiar	0
				Familia	0	No se define	0	Cotidianas	0
				Políticos	0			Interacción con los ciudadanos	0
				Equipo de campaña	1			Eventos	0
				Simpatizantes	1			Medios	0
				Caballo	0				
				Solo	0				

*Total de imágenes analizadas en junio de 2015: 3

Tabla 10. Clasificación de las fotos de publicaciones de Facebook de Ivonne Álvarez durante junio 2015

La candidata del PRI tuvo de nuevo más fotos que el candidato independiente, tuvo el mismo número de fotos con lenguaje técnico y amigable; predominó la vestimenta formal y acompañada de multitud. En identidad tuvo la misma cantidad de fotos en las que se identificaba abiertamente como miembro del PRI y en las que no se definía, además realizaba actividades de campaña.

Lenguaje	No. de fotos	Vestimenta	No. de fotos	Acompañamiento	No. de fotos	Identidad	No. de fotos	Actividades	No. de fotos
Técnico	6	Formal	10	Multitud	7	Miembro del PRI	6	Campaña	9
Amigable	6	Informal	2	Miembros de Partidos	1	No se define	6	Convivencia familiar	0
				Familia	0			Interacción con ciudadanos	1
				Empresarios o ONGs	1			Eventos del partido	1
				Simpatizantes	3			Eventos	1
				Sola	0				

*Total de fotos analizadas en junio de 2015: 12

3.4.5 Resultados totales *El Bronco*

Tabla 11. Resultados finales de la clasificación de fotos

Se sumaron las fotos de los meses de campaña para realizar el análisis de contenido de las fotos, *El Bronco* subió en total 71 publicaciones en las que predominó el lenguaje jerga, vestimenta informal y acompañado de simpatizantes, se identificó como un político independiente realizando actividades de campaña.

Lenguaje	No. de fotos	Vestimenta	No. de fotos	Acompañamiento	No. de fotos	Identidad	No. de fotos	Actividades	No. de fotos
Técnico	21	Formal	14	Multitud	12	Anti partidos	1	Campaña	41
Jerga	50	Informal	57	Empresarios	8	Independiente	43	Convivencia familiar	1
				Familia	1	No se define	27	Cotidianas	2
				Políticos	5			Interacción con los ciudadanos	21
				Equipo de campaña	9			Eventos	2
				Simpatizantes	29			Medios	4
				Caballo	3				
				Solo	4				

* Total de imágenes analizadas: 71

3.5.6 Resultados totales Ivonne Álvarez

Tabla 12. Resultados finales de la clasificación de fotos de Ivonne Álvarez

La candidata Ivonne Álvarez superó el número de publicaciones del candidato independiente, sumando en total 97 fotos. Usó lenguaje técnico y predominó la vestimenta informal, estaba acompañada de simpatizantes y se identificaba como miembro del PRI, al igual que el candidato independiente realizaba actividades de campaña.

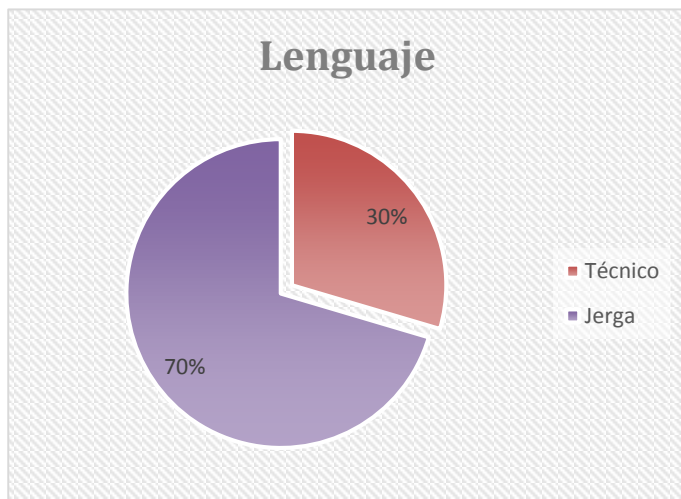
Lenguaje	No. de fotos	Vestimenta	No. de fotos	Acompañamiento	No. de fotos	Identidad	No. de fotos	Actividades	No. de fotos
Técnico	52	Formal	33	Multitud	26	Miembro del PRI	74	Campaña	58
Amigable	45	Informal	64	Miembros de Partidos	16	No se define	23	Convivencia familiar	2
				Familia	3			Interacción con ciudadanos	19
				Empresarios o ONGs	10			Eventos del partido	6
				Simpatizantes	32			Eventos	12
				Sola	10				

*Total de imágenes analizadas en campaña: 97

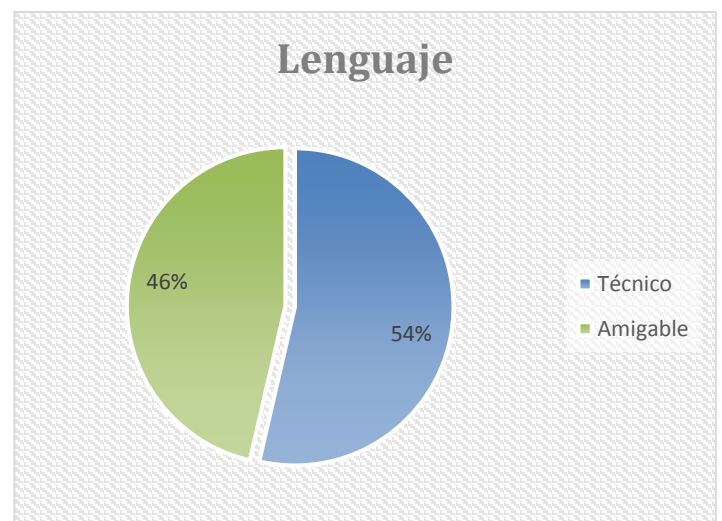
3.5 Comparación de resultados finales

3.5.1 Lenguaje

En ambas gráficas podemos observar el porcentaje de lenguaje que fue utilizado en las publicaciones de ambos candidatos, en el caso de *El Bronco*, podemos identificar que se han utilizado más términos y expresiones sencillos y cercanos al lenguaje común sobre todo usando la palabra “raza” en la que se refería amigablemente a sus seguidores. En el caso de Ivonne Álvarez se utiliza un lenguaje amigable refiriéndose a sus seguidores como “mi gente”, utilizaba el lenguaje técnico en reuniones de partido; entonces podríamos afirmar que en ambos casos el lenguaje amigable ha sido más utilizado que el técnico.



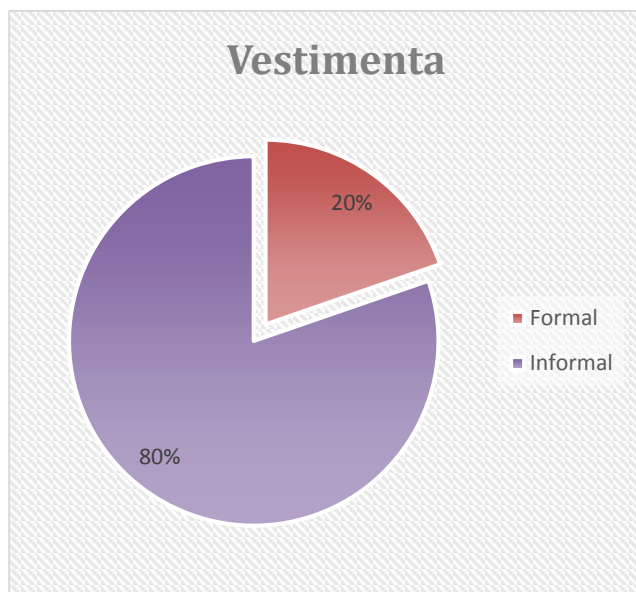
Gráfica 1: Resultados variable lenguaje de El Bronco



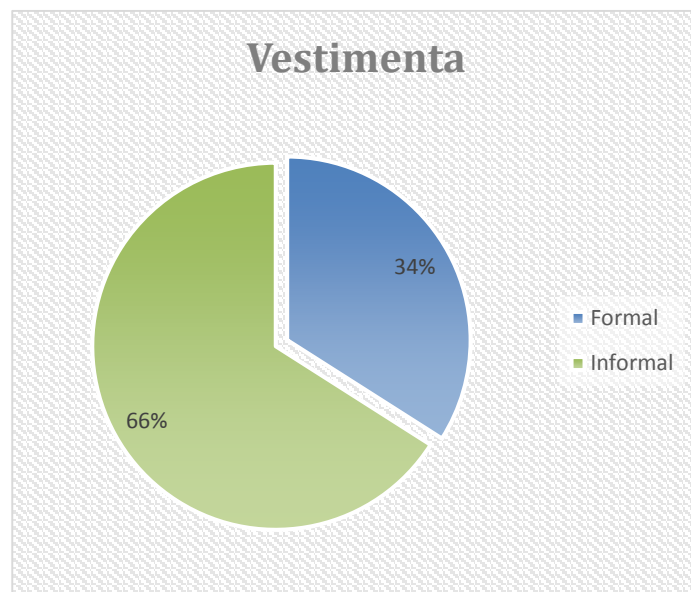
Gráfica 2: Resultados variable lenguaje de Ivonne Álvarez

3.5.2 Vestimenta

En la gráfica 3 podemos observar que el candidato independiente utilizó más ropa informal en las publicaciones de su página de Facebook, salía con jeans camisa y chaleco, también utilizó elementos como sombreros y botas, vestimenta típica del norte. En la gráfica 4 vemos que Ivonne Álvarez utilizó de igual manera vestimenta informal como jeans y chaleco de color rojo, distintivo del partido al que representaba. Ambos candidatos utilizaban ropa formal en reuniones con empresarios y debates.



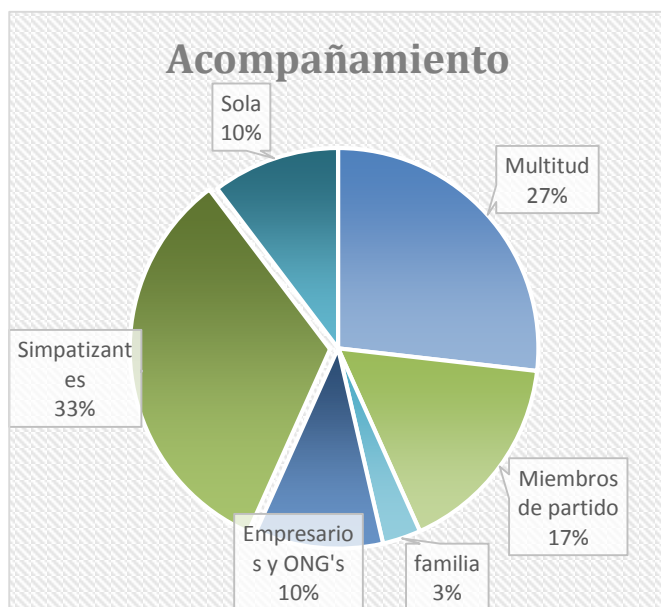
Gráfica 3: Resultados variable vestimenta de El Bronco



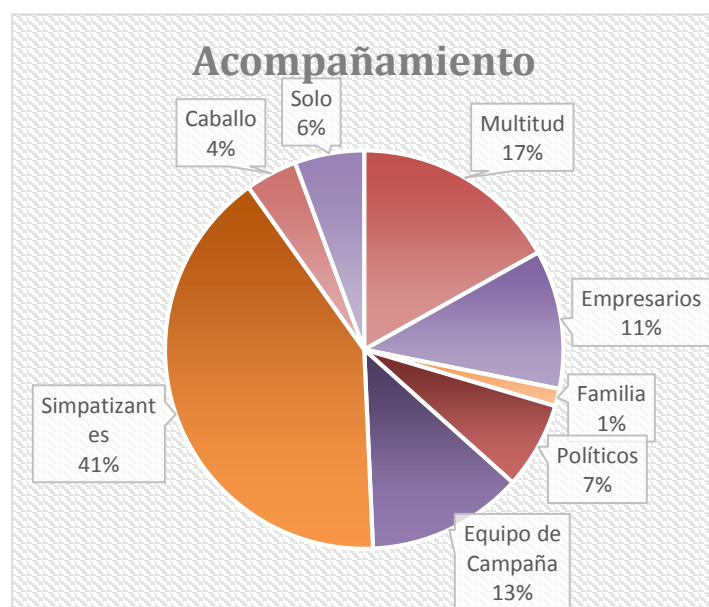
Gráfica 4: Resultados variable vestimenta de Ivonne Álvarez

3.5.3 Acompañamiento

En la gráfica 5 podemos observar que la mayoría de las fotos publicadas en redes sociales del candidato independiente eran acompañadas de simpatizantes que se encontraba en la calle y conocían su proyecto. Las fotos de *El Bronco* se veían más orgánicas ya que no agregaba logos. En el caso de Ivonne Álvarez también tuvo fotos con simpatizantes en menor medida, pero agregaba marcos a sus fotos en las que podíamos ver la coalición al que pertenecía y se veía más cuidada su imagen.



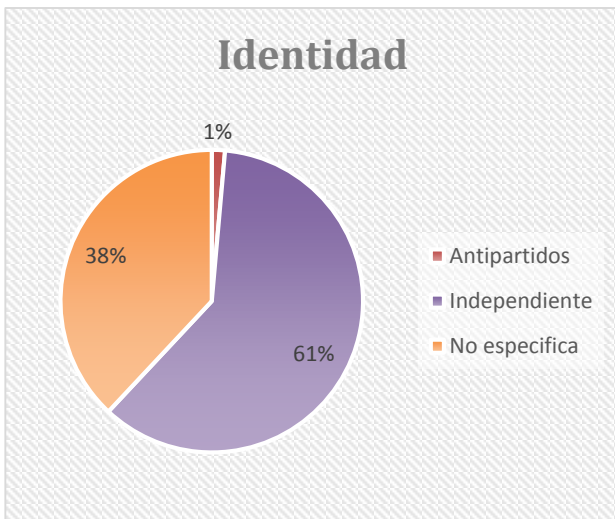
Gráfica 5: Resultados variable acompañamiento de El Bronco



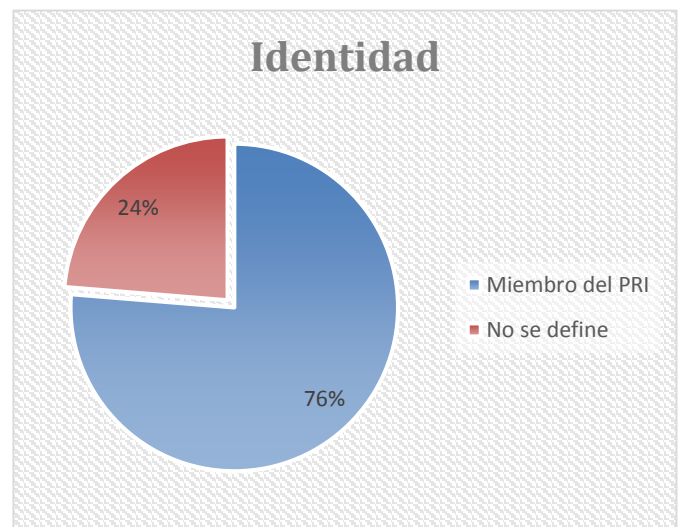
Gráfica 6: Resultados variable acompañamiento de Ivonne Álvarez

3.5.4 Identidad

Aunque al inicio el candidato independiente no mencionaba abiertamente que era independiente, utilizaba otros adjetivos como anti-partidos o incluso no mencionaba nada de partidos; después de que avanzara un poco la campaña comenzó a identificarse como independiente mencionando que era una nueva alternativa y aprovechando el movimiento que nació como la “Broncomanía”.



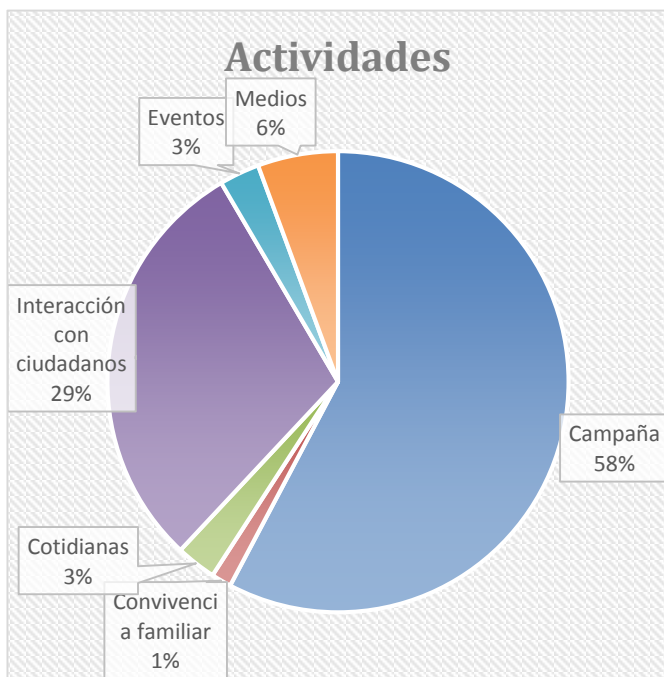
Gráfica 7: Resultados variable identidad de El Bronco



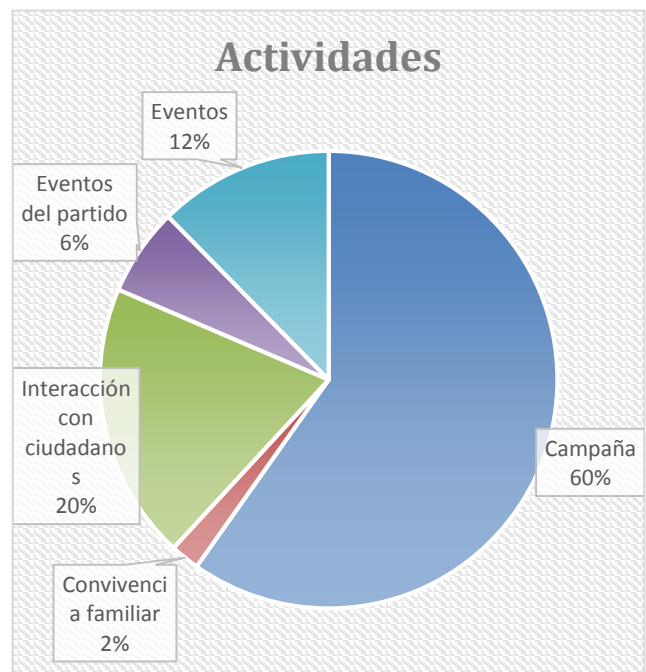
Gráfica 8: Resultados variable identidad de Ivonne Álvarez

3.5.5 Actividades

En esta variable podemos ver en la gráfica 10 que la candidata Ivonne Álvarez tuvo más fotografías realizando actos de campaña, teniendo 2% más que *El Bronco*. Pero, en la gráfica 9 podemos observar que el candidato independiente tuvo más fotografías interactuando con los ciudadanos en las calles y se complementa con el 3% realizando actividades cotidianas como comer en las calles.



Gráfica 9: Resultados variable actividades de El Bronco



Gráfica 10: Resultados variable actividades de Ivonne Álvarez

3.6 Interpretación y resultados de los post de *El Bronco* en Facebook

En este apartado se presenta la interpretación y análisis de contenido de resultados de las tablas anteriormente expuestas. Como se ha mencionado en apartados anteriores, Nuevo León estuvo 50 años gobernado por el PRI y fue hasta 1997 que el PAN tomó por primera vez la gubernatura por dos mandatos. Posteriormente, en 2009 el PRI recuperó el estado cuando Rodrigo Medina de la Cruz se convirtió en gobernador.

En esta última administración, el crimen organizado creció mucho en Nuevo León. Los Zetas comenzaron a sembrar miedo a la población en el estado y en otras demarcaciones del país. Además, varios escándalos de corrupción comenzaron a dañar la imagen ya deteriorada del gobernador.

El Bronco fue alcalde de García mientras era miembro del PRI, al perseguir a grupos criminales sufrió de atentados contra él y su familia, asesinato de un hijo y secuestro de una hija menor de edad. Debido a esos eventos desafortunados decidió buscar la gubernatura. Cuando decidió buscar la candidatura para gobernador con el PRI, fue rechazado así que decidió renunciar después de más de 30 años como militante.

En el municipio de García, el alcalde Jaime Rodríguez Calderón, *El Bronco*, comenzaba a llamar la atención, ya que entre sus principales logros estaba el haber sacado a Los Zetas del municipio con ayuda de los habitantes, quienes crearon una red de comunicación constante a través de redes sociales como WhatsApp y Facebook.

El Bronco se registró como candidato independiente y después de varios meses consiguió las firmas necesarias para hacer el registro correspondiente. Al no pertenecer a

ningún partido, le dieron una cantidad menor para gastos de campaña, los medios de comunicación tradicionales de Nuevo León no lo entrevistaban constantemente como a los otros candidatos. Así que comenzó a utilizar las redes sociales como principal plataforma para dar a conocer sus propuestas y plan de trabajo como candidato independiente, uno de sus eslóganes de campaña era “Les vamos a dar vacaciones al PRI y al PAN”.

Podemos decir que la hipótesis no se rechaza, ya que el lenguaje que predomina es el uso de la jerga de los norteros. Esto se ejemplifica con el uso de palabras como *raza*, *quiubo*, *a jalar*, en la mayoría de sus publicaciones. De igual manera la vestimenta que predomina es la informal, usando ropa de mezclilla, sombrero y botas salía de lo habitual que siempre se ve en campañas políticas.

En la tabla última tabla se puede observar que algunos valores en la variable *acompañamiento* no fueron de utilidad para este análisis. La variable “familia” y “caballo” quedan descartados por no tener al menos 3 imágenes que la sustenten.

En cuanto a la variable *identidad*, la categoría “antipartidos” queda descartada, pues a pesar de que el candidato está en contra del bipartidismo del PRI y PAN, pocas veces se declara en contra estos, exalta más su postura independiente usando hashtags como #NuevoLeonIndependiente o #NLIndependiente.

En *actividades* se descartan los valores: “convivencia familiar”, “cotidianas” y también “eventos”. A pesar de tener fotos que entran en esas categorías no son suficientes para realizar un análisis.

3.7 Interpretación y resultados de los post de Ivonne Álvarez en Facebook

La candidata Ivonne Álvarez de la coalición “Alianza por tu seguridad”, estaba en desventaja ante el candidato independiente debido a la reputación del partido al que representaba. Aunque en algunos momentos intentaron darle una imagen más fresca y renovada, no se logró el mismo efecto que *El Bronco* transmitió.

En la variable *lenguaje*, aunque a veces *El Bronco* intentaba darle un tono más amigable al dirigirse a los ciudadanos utilizando adjetivos como luchón o trabajador, también se usaban hashtags creados por el partido para sus candidatos que aspiraban para puestos de representación popular como #JuntosHastaLaVictoria o se colocaba de manera orgánica el eslogan de su campaña que era: Fuerza y liderazgo, predominando así el lenguaje técnico.

La vestimenta fue informal de Ivonne Álvarez, en la mayoría de las fotos usaba jeans, camisa blanca y el chaleco de color rojo con los partidos bordados en él. A pesar de ir con vestimenta informal el partido estaba presente en pequeños detalles como los colores. La vestimenta formal solo era utilizada en eventos del partido o en reuniones con empresarios.

En la mayoría de las imágenes estaba acompañada por simpatizantes que se encontraba mientras recorría las calles del estado de Nuevo León, algunos de ellos llevaban puesta una camiseta con el nombre de la candidata. En segundo lugar, se encuentra entre la multitud, en las que también se les daban camisetas a los asistentes con el nombre de Ivonne Álvarez; en tercer lugar, se encuentran las fotografías en las que está acompañada de miembros del partido, es decir, otros candidatos que se unían a sus recorridos o personajes conocidos del PRI que le daban públicamente su apoyo.

En cuanto a la variable *identidad*, gana la categoría *miembro* del PRI, pues representaba a su coalición y no negaba formar parte del partido, aunque algunas veces no lo mencionaba si utilizaba los colores o el eslogan.

En la variable de *actividades*, queda descartada la categoría *convivencia familiar*, ya que solo tuvo dos imágenes que la sustentaban, y *campaña* fue la categoría con más imágenes, pues se mostraba mientras salía a la calle a platicar con personas que transitaban a platicar sobre su proyecto.

La hipótesis planteada no se rechaza, ya que la mayoría de las imágenes publicadas en Facebook tenían un marco con los colores representativos del partido, su vestimenta también tenía esos colores, aunque en algunas ocasiones querían mostrarla más cercana a los ciudadanos no se logró. En el fondo de ellas, se pueden apreciar elementos que se han utilizado anteriormente como: camisas con el nombre del candidato, letras con su nombre, gorras, banderas, lonas. A pesar de ser la candidata con más presupuesto, no ofreció algo novedoso para ganar a los ciudadanos.

Ivonne Álvarez tuvo una campaña más tradicional, ya que no estaba tan presente en Facebook como *El Bronco*, quien constantemente repetía que sus mensajes estaban abiertos dispuestos a escuchar a los ciudadanos, dando así, una imagen más cercana a los ciudadanos.

Conclusiones

La comunicación política es el proceso de transmitir información y mensajes persuasivos sobre temas políticos y sociales para influir en la opinión y el comportamiento de la audiencia. Después de lo planteado en el primer capítulo, se tiene un panorama completo sobre la comunicación política. En este sentido, la definición de (Cotteret, 1977) es la más adecuada para realizar el análisis de esta investigación, aunque se crea que en las campañas los mensajes son unidireccionales, en las redes sociales cualquier persona con una cuenta en Facebook podía responder a las publicaciones de *El Bronco*. Como se mencionó en un inicio, en las arenas digitales todas las personas pueden responder.

De acuerdo con la definición de arenas de Gosselin (1998), se explicó porque las redes sociales, Facebook en particular, fue considerado como la arena de comunicación política. Las sociedades y su forma de comunicarse han cambiado, pero desde 2015 las redes sociales fueron un territorio importante para desarrollar una campaña, seguramente en el futuro se seguirá explotando y se mejorarán los escenarios virtuales para las campañas electorales.

No es casualidad que candidatos independientes como *El Bronco* en Nuevo León o Kumamoto en Jalisco, hayan decidido utilizar las redes sociales para realizar una ciber campaña. Cualquier candidato sin partido tendrá un presupuesto limitado para hacer una campaña convencional que suele tener costos más altos. Facebook representó la oportunidad de aprovechar las arenas digitales para llegar a más personas a bajo costo, la publicidad en el sitio es más barato que en medios convencionales como radio y televisión.

En Facebook, las candidatas y los candidatos son dueños de su página, deciden qué publicar y cuándo con total autonomía o al menos así se cree. En las fotos no es raro ver a *El Bronco* interactuando con sus seguidores, contestando comentarios o pasando su número

personal para atender las quejas de los ciudadanos, algo que cualquier persona haría. Mientras tanto la campaña de Ivonne se veía muy influenciada por el partido que representaba, es decir no mostraba actos más allá de campaña y ocasionalmente alguna foto en familia.

En el caso de *El Bronco*, el lenguaje que predominó fue el uso de la jerga de los nortños, usando palabras como *raza*, *quiubo*, *a jalar*. En la mayoría de sus publicaciones acercaba al candidato con los ciudadanos, se olvidó un poco del lenguaje típico de campaña del que los ciudadanos ya estaban cansados. La vestimenta informal de diario como la mezcilla, sombrero y botas ayudó a construir la imagen de un hombre trabajador, como no se veía desde Fox, se salía de lo que siempre se ve en campañas políticas.

Utilizó elementos que lo ayudaron a crear una personalidad, por ejemplo, los caballos. Su logo tenía un caballo que iba acorde con su sobrenombre “Bronco”, las familias broncas lo acompañaban y eran parte de su comunidad. En algunas fotos salía montando a caballo para reforzar aún más esa imagen de hombre mexicano de campo.

Por su parte, la campaña en redes de Ivonne Álvarez fue diferente, aunque se encontraron más publicaciones en su página, eso no ayudó a que tuvieran el mismo impacto del independiente, demostrando que la cantidad no siempre es más importante que el contenido. Utilizaba un lenguaje con un tono más “amigable” al dirigirse a los ciudadanos, usaba adjetivos como *luchón* o *trabajador*, también se usaban hashtags creados por el partido para sus candidatos a algún puesto de representación popular como #JuntosHastaLaVictoria.

En la mayoría de las fotos, la vestimenta que se usó fue casual, constando de pantalones vaqueros, camisa blanca y un chaleco rojo que tenía bordados los emblemas de los partidos políticos. Aunque la ropa era informal, en los colores se notaba la presencia del

partido. La mayoría de las fotos del independiente se subían sin ninguna marca de agua, tenían un formato en el que colocaban una imagen del candidato y al lado el logo de la campaña, pero se subían ocasionalmente. Mientras que las fotos subidas en la página de la candidata, sobre todo las que eran tomadas en mítines con los simpatizantes, eran editadas con un margen que tenía los colores del partido.

El candidato independiente mencionaba que no necesitaba a los medios de comunicación ni su dinero, pues los candidatos de los otros partidos habían tenido más tiempo en medios tradicionales que él. Lo solucionó subiendo más spots a YouTube y Facebook además de crear videos en vivo para conversar, aunque no fueron parte de este análisis.

En la campaña de Ivonne Álvarez se regalaron artículos como gorras, banderas y camisetas, algo que se ve regularmente en campañas en todo el país. Estos artículos estaban rotulados con el nombre del candidato, los colores del partido y los partidos de la coalición, además iba acompañada de otros candidatos quienes también estaban haciendo campaña.

Debido al limitado presupuesto, *El Bronco*, solo colocaba calcomanías con el famoso logo del caballo, las ofrecía en comercios y en carros. También comenzó a hacer campaña con el candidato del PAN cuando él declinó a su favor, pero antes solo acudía con su equipo o familiares.

No se observó campaña sucia entre estos dos candidatos, *El Bronco* mencionaba que “el PAN y PRI se iban a ir de vacaciones”, pero no mencionaba a los otros candidatos y candidata. De igual manera, Ivonne Álvarez no mencionaba al independiente, solo exaltaba la fuerza del partido que representaba.

Sin duda, el proceso electoral de 2015 marcó un antes y un después en la política mexicana. Entró en vigor la reforma que permitía por primera vez en la historia del país otorgar financiamiento a los candidatos independientes, permitiéndoles realizar campaña para ocupar cargos políticos. Las redes sociales eran una arena poco explorada para las campañas políticas, pero los candidatos independientes vieron un área de oportunidad.

Las redes sociales son gratis, nadie paga por utilizarlas y ofrece publicidad a bajo costo, algo que con bajo presupuesto pudieron ocupar a su favor; no tienen horarios, tampoco un límite de publicaciones ni de comentarios, lo que les permite crear una comunidad que se convertiría e votos. En el caso de los independientes, les permitió estar más cerca de los votantes para dar a conocer sus ideas, como en el caso de *El Bronco* y Pedro Kumamoto, este último ha compartido que mapeó el distrito 10 de Jalisco, conocía los hábitos de los jóvenes, lo cual pudo utilizar a su favor al momento de realizar campaña a pie. *El Bronco* también ha hablado de su campaña incluso fue invitado a la Cumbre de Comunicación Política para hablar de su proyecto, pero poco sabemos de su estructura que armaron para hacer crecer su comunidad.

La sociedad está en constante cambio y de igual manera la comunicación digital evoluciona, las redes sociales, los mensajes, las formas de interactuar no se quedan estables por mucho tiempo, en días recientes se lanzó el metaverso, la evolución de Facebook. Desde luego, la comunicación cambiará para adaptarse a los cambios y a las exigencias de la sociedad, el confinamiento por Covid-19 cambió el estilo de vida de todas las personas y también la forma de hacer campañas, pues el proceso electoral no permitió la aglomeración de un gran número de personas, no sería raro que en el futuro las campañas digitales tengan

más peso que las campañas a pie, aunque en México se debe de considerar la conectividad, pues en algunos estados no existe una gran conectividad como lo fue Nuevo León en 2015.

Los factores sociales y económicos de los nuevoleonenses fueron un aspecto clave para el éxito de la campaña de *El Bronco*, no se puede saber si hubiera tenido el mismo impacto si la campaña se hubiera realizado en un estado de la República que no tuviera los mismos niveles de conectividad.

Una de las características que llamaron la atención del candidato fue su personalidad, pues algunas personas sospechaban si era creada o no. En aquel momento, el estereotipo del hombre de campo, trabajador, ranchero y que según sus mismas palabras “no tenía filtro”, hizo ganarse la confianza de los ciudadanos quienes le dieron el triunfo con el 49.3% de los votos en una elección en la que existieron 124 candidatos independientes en toda la república, sin duda alguna su nombre seguirá presente en la vida política del país.

ANEXO DE IMÁGENES

En este apartado se agregan las imágenes más compartidas durante la campaña para la gubernatura de Nuevo León en 2015 en las páginas oficiales de Facebook de *El Bronco* y de Ivonne Álvarez.





Jaime Rodriguez Calderon

18 de marzo de 2015 · 🌐

Después de mucho trabajar, me di tiempo para irme a echar unos tacos con mi amiga Mague la güera, aquí en #García, ahí me encontré a varios amigos, que fregón es que la raza se acuerde de uno. Dios es grande yo soy feliz en mi hogar, García.



Jaime Rodriguez Calderon

21 de marzo de 2015 · 🌐

Vamos a provocar que los políticos ya no gasten su dinero, se necesita ese dinero para que alguno de sus hijos vaya a la universidad. Ya esta muy viejo el sistema político hay que terminar con ese sistema y hacer uno nuevo, vamos a hacer de Nuevo León un ejemplo para todo México.





Jaime Rodriguez Calderon

31 de mayo de 2015 · 🌐

Quiubo raza estamos en el rodeo de #montemorelos a donde me invitaron a montar después del magnífico cierre de campaña que tuvimos para platicar un rato y comprometemos a rescatar este municipio que los gobernantes han abandonado y regresarle su prosperidad y tranquilidad.
#NLIndependiente #UnoMas



Jaime Rodriguez Calderon

27 de abril de 2015 · 🌐

Estoy platicando con los vecinos de la colonia #CROC en #Monterrey y me dicen que hay mucha inseguridad y que no se ve progreso, les aseguro que cuando llegemos al gobierno vamos a poner a los alcaldes de todos los municipio a trabajar, que al igual que en el sur, vendremos cada dos semanas a ver qué está pasando y cómo podemos mejorar, necesitamos un gobierno sensible, necesitamos un #NLIndependiente
¿En cuántas colonias de #NL tienen el mismo problema?



ivonne GOBERNADORA

FUERZA Y LIDERAZGO - NUEVO LEÓN

Ivonne Álvarez
7 de abril de 2015 · Editado

¡Orgullosa de ser de Nuevo León, líder en desarrollo industrial, investigación y educación en México!

¿Qué sientes cuando alguien te pregunta si eres nuevoleonesa@?!

Muchas gracias a Termopuertas Ajustables por su cordial invitación — con Merne Cavazos, Croc, mty ni Andrés Cantú y Oscar Cantú García.

2.1 mil · 163 comentarios · 49 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Más relevantes ▾

Guillermo Saldívar G Y nosotros estamos orgullosos de una gran mujer y paisana nuevoleonesa llamada **IVONNE ALVAREZ GARCÍA**.

Me gusta · Responder · 4 años

Esta seleccionada la opción "Más relevantes", por lo que es posible que algunas respuestas se

Escribe un comentario...

ivonne GOBERNADORA

FUERZA Y LIDERAZGO - NUEVO LEÓN

Ivonne Álvarez
19 de abril de 2015

¡Vamos a impulsar el sistema de becas en todo Nuevo León, queremos que todos los jóvenes tengan la oportunidad de estudiar y mejorar la seguridad de nuestra gente! — con Ivonne Iliana Álvarez García y Paco Cienfuegos.

2.4 mil · 603 comentarios · 82 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Más relevantes ▾

Alex Lozano Quiñan la tenencia en nuevo león y tendrás mi voto.

Me gusta · Responder · 4 años

1 respuesta

Daniels Gtz Botello Gracias esperemos y gane para tener su apoyo y hacer un nuevoleón de jóvenes estudiantes

Me gusta · Responder · 4 años

Esta seleccionada la opción "Más relevantes",

Escribe un comentario...

FUERZA Y LIDERAZGO PARA NUEVO LEÓN

"TRABAJARÉ PARA QUE EL NUEVO LEÓN PRÓSPERO QUE TODOS QUEREMOS SEA UNA REALIDAD".

Ivonne Álvarez
23 de abril de 2015

¡Voy a trabajar incansablemente para que la gente de Nuevo León salga adelante! ¡Realidad por la que trabajaré desde el primer día de mi gobierno! #IvonneGobernadora — con Javier Treviño Rodríguez.

4.8 mil · 918 comentarios · 172 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Más relevantes ▾

Sebastian Rdz No cabe duda que es la mejor candidata del estado, ánimo.

Me gusta · Responder · 4 años

Esta seleccionada la opción "Más relevantes", por lo que es posible que algunas respuestas se hayan filtrado.

Ivonne Álvarez Muchas gracias por tus palabras Sebastian Rdz. ¡Que tengas un excelente jueves!

Escribe un comentario...



Ivonne Álvarez está con Pako Malverde Quintanilla y Stephanie Martínez. ...

6 de marzo de 2015 · 🌐

¡Con mi amigo Adrián de la Garza entregando las propuestas a nuestra gente de Monterrey! #ManoFirme #JuntosHastaLaVictoria



👍 5.6 mil

139 comentarios · 116 veces compartido

👍 Me gusta

💬 Comentar

🔄 Compartir

Ivonne Álvarez está con Wendy Leal y 6 personas más.
10 de marzo de 2015 · 🌐

¡En #Escobedo la lluvia no nos detuvo! ¡Me acompañaron mis amigas Clara Luz Flores Carrates (mi página) y Maribel Villalón! #NuevoLeón

3.3 mil · 123 comentarios · 85 veces compartido



Ivonne Álvarez · 7 de mayo de 2015 · Editado · 🌐

Agradezco al Coordinador de los Diputados del PRI y amigo mío, Manlio Fabio Beltrones Rivera, por acompañarme el día de hoy en algunas actividades de campaña, es un honor tenerlo de visita en Nuevo León, — con José Carlos Olivera Anaya y Hector Gutierrez de la Garza

3.3 mil · 252 comentarios · 124 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Más relevantes ▾

- Nallely Garza Martínez Con usted Nuevo León gana candidato! Me gusta · Responder · 4 años
- Audix Ivonne Álvarez ¡Juntos hasta la victoria! ¡Ánimo amigal! Me gusta · Responder · 4 años
- Eduardo Méndez Gutiérrez Fabio

Escribe un comentario...

Bibliografía

- Bell, P. (2004). Content analysis of visual images. En T. van Leeuwen, & C. Jewitt (Edits.), *Handbook of Visual Analysis* (págs. 10-34). Londres: SAGA Publications. Recuperado el 10 de octubre de 2019
- Canales, V. (14 de septiembre de 2014). Renuncia "El Bronco" al PRI. *Milenio*, págs. <https://www.milenio.com/politica/renuncia-el-bronco-al-pri>. Recuperado el 12 de marzo de 2017, de http://www.milenio.com/politica/renuncia_el_bronco-pri-jaime_rodriguez_calderon-candidato_independiente_0_372562828.html
- Canel, M. (2006). *Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica*. Tecnos.
- Carvajal, H. (2015). *¿Quién es Jaime Rodríguez El bronco independiente?* Recuperado el 12 de marzo de 2017, de Neo Stuff: <https://www.neostuff.net/quien-es-jaime-rodriguez-el-bronco-independiente/>
- Castells, M. (2001). *La Galaxia del Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid: Areté.
- Castro, C. (2009). *Campaña electoral Obama 08. Implicaciones y lecciones para las organizaciones del tercer sector*. España: Ecología y Desarrollo (Ecodes). Obtenido de www.ecodes.org/component/option,com.../view,category/-España
- Castromil, A. R. (2013). Continuidad y cambio en la cobertura de una campaña electoral: De la prensa de referencia a Twitter en las elecciones del 20N. En R. Cotarelo (Ed.), *Ciberpolítica. Las nuevas formas de acción y comunicación políticas* (págs. 147-180). Valencia: Tirant Humanidades.
- Chavero, P. (2013). Medios de comunicación y redes sociales en las democracias actuales. En R. Cotarelo (Ed.), *Ciberpolítica. Las nuevas formas de acción y comunicación políticas* (págs. 121-146). Valencia: Tirant Humanidades.
- Comisión Estatal Electoral de Nuevo León. (28 de Noviembre de 2014). *ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DE LA COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL RELATIVO A LA ASIGNACIÓN DE TIEMPOS DE ESTADO EN RADIO Y TELEVISIÓN A LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y LA PROPUESTA DE PAUTAS PARA LA TRANSMISIÓN DE SUS MENSAJES, A UTILIZARSE DURANTE LAS CAMPAÑAS*. Recuperado el 10 de octubre de 2019, de Comisión Estatal Electoral de Nuevo León: https://www.ceenl.mx/sesiones/2013_2015/acuerdos/Acuerdo.pdf
- Comisión Estatal Electoral Nuevo León. (23 de Marzo de 2015). *ACUERDO RELATIVO AL FINANCIAMIENTO PÚBLICO PARA GASTOS DE CAMPAÑA PARA LAS CANDIDATURAS INDEPENDIENTES CORRESPONDIENTE AL AÑO 2015*. Recuperado el 10 de octubre de 2019, de Comisión Estatal Electoral Nuevo León: https://www.ceenl.mx/sesiones/2013_2015/acuerdos/20150323a.pdf

- Comisión Estatal Electoral Nuevo León. (30 de Agosto de 2020). *Proceso Electoral 2015*. Recuperado el 2 de junio de 2017, de Comisión Estatal Electoral Nuevo León: <http://computo2015oficial.ceenl.mx/index.html>
- Corona, S. (09 de Mayo de 2015). El candidato mexicano que solo necesita 500 dólares. *El País*. Recuperado el 25 de septiembre de 2019, de https://elpais.com/internacional/2015/05/07/actualidad/1430959832_439799.html
- Cotarelo, R. (2010). La política en la era de Internet. En R. Cotarelo, & R. Cotarelo (Ed.), *La política en la era de Internet* (págs. 37-42). Valencia: Tirant Humanidades. Recuperado el 29 de abril de 2019
- Cotarelo, R. (2012). *El sueño de la verdad, Los conflictos de la sociedad abierta*. Madrid: La Catarata .
- Cotarelo, R. (2013). De la política de partidos a la política de multitudes. En *Ciberpolítica. Las nuevas formas de acción y comunicación políticas* (págs. 217-255). Valencia: Tirant Humanidades.
- Cotarelo, R. (2013). El auge de la ciberpolítica. En R. Cotarelo (Ed.), *Ciberpolítica, nuevas formas de acción y comunicación política* (págs. 13-22). Valencia: Tirant Humanidades. Recuperado el 30 de agosto de 2020
- Cotteret, J.-M. (1977). *La comunicación política. Gobernantes y gobernados*. Argentina: Ateneo.
- Criado, I. (2013). Open Government, social media y sector público. Las administraciones públicas en la era de las redes sociales digitales. En R. Cotarelo (Ed.), *Ciberpolítica. Las nuevas formas de acción y comunicación políticas* (págs. 57-78). Valencia: Tirant Humanidades.
- Criado, J. I. (2013). Open government, social media y sector público. Las administraciones públicas en la era de las redes digitales. En R. Cotarelo (Ed.), *Ciberpolítica. Las nuevas formas de acción y comunicación políticas* (págs. 57-68). Valencia: Tirant Humanidades. Recuperado el 23 de septiembre de 2019
- Dirección General de Investigación Estratégica del Instituto Belisario Domínguez. (2015). Candidaturas independientes en México. Antecedentes, avances, resultados y perspectivas. (S. d. República, Ed.) *Temas estratégicos* (28), 30.
- Dorantes y Aguilar, G. (2016). Uso político de las redes sociales: Política 2.0. En G. Dorantes y Aguilar, *Internet, Sociedad y Poder* (págs. 258-260). México.
- El Financiero. (7 de octubre de 2014). PRI de Nuevo León, listo para elecciones de 2015. *El Financiero*. Recuperado el 12 de marzo de 2017, de <http://www.elfinanciero.com.mx/monterrey/pri-de-nuevo-leon-listo-para-elecciones-de-2015.html>

- Espino, G. (2012). *¿Cyberrevolución en la política? Mitos y verdades sobre la ciberpolítica 2.0 en México*. Querétaro, México: Fontamara. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de https://www.academia.edu/8255561/_Cyberrevoluci%C3%B3n_en_la_pol%C3%A9tica_Mitos_y_verdades_sobre_la_ciberpol%C3%ADtica_2_0_en_M%C3%A9xico
- Excelsior. (18 de febrero de 2015). ¿Quién es El Bronco, candidato independiente que busca gobernar NL? *Excelsior*, pág. <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/02/18/1009050>. Recuperado el 15 de marzo de 2017, de <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/02/18/1009050>
- Excelsior. (25 de agosto de 2015). Vencí a Los Zetas en Facebook, presume El Bronco. *Excelsior*, pág. <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/08/25/1041989>. Recuperado el 1 de junio de 2017, de <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/08/25/1041989>
- Expansión. (29 de junio de 2016). *¿DE QUÉ ESTÁ ACUSADO RODRIGO MEDINA, EXGOBERNADOR DE NUEVO LEÓN?* Obtenido de Expansión: <http://expansion.mx/nacional/2016/07/28/de-que-esta-acusado-rodrigo-medina-exgobernador-de-nuevo-leon>
- Farah, D. (09 de junio de 2015). *Nexos*. Recuperado el 06 de Septiembre de 2021, de Kumamoto, o el día que los jóvenes habitaron la política: <https://www.nexos.com.mx/?p=25218>
- Gabinete de Comunicación Estratégica. (2015). *Encuesta Nacional ¿Que tan conectado está México?* México: GCE.
- Garza, L. (16 de enero de 2015). “El Bronco” consolida candidatura independiente al gobierno de NL. *Proceso*, <https://www.proceso.com.mx/nacional/estados/2015/1/16/el-bronco-consolida-candidatura-independiente-al-gobierno-de-nl-142227.html>. Recuperado el 15 de marzo de 2017, de <http://www.proceso.com.mx/393308/el-bronco-consolida-candidatura-independiente-al-gobierno-de-nl>
- Gil, O. (2013). Instituciones, empresas y personas digitales: ¿qué cambia en la era de las redes digitales? En *Ciberpolítica. Las nuevas formas de acción y comunicación políticas* (págs. 201-213). Valencia: Tirant Humanidades.
- Gilles , G., André, G., & Mouchon, J. (1998). *Comunicación y Política*. Barcelona: Gedisa.
- Gobierno de la República. (2014). *Reforma Politico-Electoral*. Gobierno de la República , México. Recuperado el 15 de agosto de 2019, de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/3080/EXPLICACION_AMPLIADA_REFORMA_POLITICA_ELECTORAL.pdf

- Gosselin, A. (1998). La comunicación política: Cartografía de un campo de investigación y de actividades. En G. Gauthier, A. Gosselin, & J. Mouchon, *Comunicación y política* (págs. 9-27). Barcelona, España: Gedisa. Recuperado el 8 de mayo de 2019
- Gutierrez, P. (3 de junio de 2015). (*PERFILES*) ¿QUIÉN ES JAIME RODRIGUEZ `EL BRONCO'? Recuperado el 17 de marzo de 2017, de Terra:
<https://economia.terra.com.mx/perfiles-quien-es-jaime-rodriguez-el-bronco,17ccd81a59d9729b33b8963a941e6bf43r3cRCRD.html>
- Herrera, E. (18 de mayo de 2015). Nuevo León lidera acceso a internet en el país: INEGI. *Milenio*. Recuperado el 3 de junio de 2019, de
<https://www.milenio.com/estados/nuevo-leon-lidera-acceso-a-internet-en-el-pais-inegi>
- INEGI. (2015-2018). *Disponibilidad y Uso de TIC*. Recuperado el 4 de junio de 2019, de INEGI:
https://www.inegi.org.mx/temas/ticshogares/default.html#Informacion_general
- INEGI. (2016). *Anuario estadístico y geográfico de Nuevo León 2016*. México. Recuperado el 2 de junio de 2017, de
http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/NL_ANUARIO_PDF16.pdf
- INEGI. (2 de junio de 2017). *Cuéntame*. Obtenido de INEGI:
<http://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/nl/default.aspx?tema=me&e=19>
- LA COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL NUEVO LEÓN. (2015). *LA COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL NUEVO LEÓN*. Recuperado el 2017 de junio de 3, de
http://www.cee-nl.org.mx/pe/2014-2015/documentos/2014111201%20CONVOCATORIA%20A%20GOBERNADOR%20PARA%20CANDIDATOS%20INDEPENDIENTES_.pdf
- Lemieux, V. (1998). Un modelo comunicativo de la política. En G. Gilles, G. André, & J. Mouchon, *Comunicación y Política*. Barcelona, España: Gedisa. Recuperado el 20 de mayo de 2019
- Martínez, J. (13 de Octubre de 2015). "Soy un político incorrecto". *El País*, pág.
https://elpais.com/internacional/2015/05/15/actualidad/1431725464_658116.html.
 Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de
https://elpais.com/internacional/2015/05/15/actualidad/1431725464_658116.html
- Martínez, S. (3 de abril de 2011). "Me quieren matar porque yo no me hago pendejo". *La Jornada*, pág. 3. Recuperado el 1 de junio de 2017, de
<http://www.jornada.unam.mx/2011/04/03/politica/003n1pol>
- Martínez, S. (03 de abril de 2011). Me quieren matar porque yo no me hago pendejo. *La Jornada*. Recuperado el 15 de agosto de 2021, de
<https://www.jornada.com.mx/2011/04/03/politica/003n1pol>

- Milenio. (7 de junio de 2015). 'El bronco', entre el campo, las balas y el Facebook. *Milenio*. Recuperado el 1 de junio de 2017, de http://www.milenio.com/politica/bronco-campo-facebook_bronco_0_532147379.html
- Municipal, I. p., & Gobernación, S. d. (2010). Enciclopedia de Los Municipios y Delegaciones de México. En *Nuevo León*. Recuperado el 3 de junio de 2017, de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM19nuevoleon/index.html>
- Muñiz, C., Dader, J., Tellez, N., & Salazar, A. (2016). ¿Están los políticos políticamente comprometidos? Análisis del compromiso político 2.0 desarrollado por los candidatos a través de Facebook. *Cuadernos.info*(39), 135-150. Recuperado el 5 de junio de 2019, de <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/cdi.39.970/pdf>
- Owen, D. (2018). THE NEW MEDIA'S ROLE IN POLITICS. En O. M. BBVA, *The Age of Perplexity, Rethinking the World We Knew* (págs. 106-122). Madrid: Penguin Random House Grupo Editorial. Recuperado el 2 de octubre de 2019, de <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2018/03/BBVA-OpenMind-The-age-of-perplexity-rethinking-the-world-we-knew1.pdf>
- Porras, R. (23 de Octubre de 2014). ¿Qué gobernadores han renunciado a su cargo? *Milenio*. Recuperado el 7 de marzo de 2017, de http://m.milenio.com/estados/renuncia_Angel_Aguirre-caso_Iguala-gobernador_de_Guerrero-estudiantes_Ayotzinapa_0_395960590.html
- Resina, J. (2011). Los lunes en Sol: jóvenes, ciberpolítica y acción colectiva en la España del 15M. *Rev. Umbr. Cs. Soc. [online]*(22), 70-80. Recuperado el 06 de mayo de 2019, de *Rev. Umbr. Cs. Soc. [online]*: http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-45432011000200006&lng=es&nrm=iso
- Ridaura, I. O., & Rodríguez, M. G. (2005). Sócrates Rizzo García y Benjamín Clariond Reyes-Retana (1991-1997) La búsqueda de la recuperación económica. En I. O. Ridaura, & M. M. Rodríguez, *Génesis y evolución de la administración pública de Nuevo León* (págs. 387-388). Monterrey, México: Fondo Editorial Nuevo León. Recuperado el 10 de marzo de 2017, de <https://books.google.com.mx/books?id=jD7Vz2BVzE8C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Rodríguez, J. (2019). *Jaime Rodriguez Calderon*. Recuperado el 31 de mayo de 2019, de Facebook: <https://www.facebook.com/JaimeRodriguezElBronco/>
- Rose, G. (2016). *Visual Methodologies. An introduction to researching with visual materials* (4th ed.). London: SAGE Publications. Recuperado el 10 de octubre de 2019

- Rovira, G. (2016). Comunicación para la acción y pragmatismo hacker. En G. Rovira Sancho, *Activismo en red y multitudes conectadas, comunicación y acción en la era de internet* (págs. 79-82). México: Icaria Editorial. Recuperado el 30 de agosto de 2020, de https://ses.unam.mx/docencia/2018II/Rovira2016_ActivismoEnRedYMultitudesConectadas.pdf
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida*. (A. Díaz Soler, Trad.) Argentina: Taurus. Recuperado el 01 de septiembre de 2020
- Secretaría de Economía. (2014). *Informe de actividades*. Nuevo León. Recuperado el 20 de marzo de 2017, de http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/43337/Nuevo_Leon.pdf
- Texeira, R. (2018). *Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política. Estudio: caso Uruguay*. Madrid: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.
- Thiri6n, M. &. (noviembre de 2018). La brecha digital y la importancia de las tecnologías de la informaci6n y la comunicaci6n en las economías regionales de México. *REALIDAD, DATOS Y ESPACIO REVISTA INTERNACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA*, 9(2). Recuperado el 5 de junio de 2019, de <https://www.inegi.org.mx/rde/2018/11/07/la-brecha-digital-la-importancia-las-tecnologias-la-informacion-la-comunicacion-en-las-economias-regionales-mexico/>
- Torres, S. (2015). Reconoce Gobierno del Estado a Jorge Treviño MartÍnez. *Revista Equidad*. Recuperado el 7 de marzo de 2017, de <http://revista-equidad.com/?p=25869>
- Valdez, A., Huerta, D. A., & Aguilar, A. (2011). Las cibercampañas en América Latina, potencialidades y limitantes. *Correspondencias & Análisis*(1), 3-16. Recuperado el 02 de septiembre de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3934041>
- Vega, A. (26 de agosto de 2011). Terror en el Casino Royale de Monterrey; Los Zetas, detrás del atentado. *Excélsior*. Recuperado el 10 de marzo de 2017, de <http://www.excelsior.com.mx/2011/08/26/nacional/763911>
- Viso. (28 de enero de 2015). *Viso. Bienes raíces*. Recuperado el 2 de junio de 2017, de <https://www.visobienesraices.com.mx/2015/01/28/historia-municipio-de-garcia-nuevo-leon/>
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C., Ellison, N., & Lampe, C. (22 de julio de 2010). It's Complicated: Facebook Users' Political Participation in the 2008 Election. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(3), págs. 107-114. Recuperado el 25 de octubre de 2019, de

https://www.researchgate.net/publication/45280525_It's_Complicated_Facebook_Users'_Political_Participation_in_the_2008_Election

Wolton, D. (1998). La comunicación política: construcción de un modelo. En J.-M. Ferry, & D. Wolton, *El Nuevo Espacio Público* (pág. 256). Gedisa. Recuperado el 6 de marzo de 2019