Publicado en *Coordinación General de Comunicación Social* (https://comsoc.udg.mx)

Campañas políticas no han captado la atención de la prensa en Jalisco

La estrategia de postular a personajes famosos o promocionar videos en redes sociales no ha enganchado a las audiencias

Ni la postulación de personajes de la farándula y el deporte, ni los videos promocionados en redes sociales con música y baile, ni las fotografías que capturan sus comidas en mercados, han captado la atención de electores y de medios de comunicación respecto a las campañas proselitistas, partidos políticos y candidaturas, explicó el investigador del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH) de la UdeG, doctor Armando Zacarías Castillo, al presentar los resultados del Monitoreo de prensa escrita del Observatorio Político Electoral (OPE).

En este trabajo, que forma parte de la línea de investigación “Comunicación política”, se revisaron las primeras planas y las columnas políticas de cinco diarios de Jalisco, a saber: *El Informador*, *Milenio*, *Mural*, *Diario NTR* y *El Occidental*, del 15 de marzo al 23 de abril de 2021.

En total se analizaron 676 piezas periodísticas locales y 452 nacionales en las portadas, pero solamente 8.8 por ciento de las locales hablaban sobre el proceso electoral 2021 y de las nacionales, únicamente 3.5 por ciento abordaban temas proselitistas.

“Hay encuestas que documentan que 45 por ciento del ciudadano común y corriente en Jalisco no sabe qué es lo que va a pasar el 6 de junio, no saben cuándo son las elecciones y eso es un síntoma muy importante de que los partidos políticos no han logrado captar la atención de los ciudadanos respecto a los procesos electorales. Ahí hay un trabajo muy importante que tienen que realizar los partidos políticos”, informó Zacarías Castillo.

El catedrático explicó que la postulación de personajes de la farándula y del futbol si acaso ha tenido menciones en las secciones de espectáculos o deporte de los diarios, pero no brincó a las páginas políticas y tampoco ha enamorado al elector.

“La visibilidad que tienen esos deportistas o cantantes no logra que estén dentro de la estructura informativa de los periódicos porque no representan un tema noticioso; salvo el hecho de que digan ‘este personaje fue postulado para una posición de votación’; entonces, no hay consistencia ni permanencia. Es lo que hace que los medios de comunicación, particularmente la prensa, no registre en particular el interés sobre estos personajes”, dijo.

Los actores más mencionados en las primeras planas de los medios de comunicación en el período estudiado fueron: el Presidente de México, Andrés Manuel López Obrador, con 51 apariciones; el gobernador Enrique Alfaro Ramírez, con 46 y Pablo Lemus Navarro, candidato a la presidencia municipal de Guadalajara, con 15. En las columnas, además de estos actores, aparece también Félix Salgado

Macedonio, a quien el Instituto Nacional Electoral le retiró la candidatura para la gubernatura de Guerrero.

Los partidos políticos Morena y Movimiento Ciudadano son los que tienen más menciones en primeras planas, pero con presencia discreta. Morena tuvo apenas 27 apariciones y 30 Movimiento Ciudadano, seguido por el PRI, con ocho; Futuro, seis; Acción Nacional, Hagamos, PRD y el Partido Verde cinco, y el resto con menos de cuatro.

En el monitoreo participaron los estudiantes del CUCSH: Melisa Cobos Yáñez, Aldo Michel Plasencia, María Fernanda Vidal, Carlos Bernardo Santos y Eduardo Rodríguez Ibarra. Los resultados completos pueden consultarse en «www.observatorioelectoral.cucsh.udg.mx [1]».

Atentamente
"Piensa y Trabaja"
"Año del legado de Fray Antonio Alcalde en Guadalajara"
Guadalajara, Jalisco, 5 de mayo de 2021

Texto: Julio Ríos
Fotografía: Abraham Aréchiga

Etiquetas:
Armando Zacarías Castillo [2]

URL Fuente: https://comsoc.udg.mx/noticia/campanas-politicas-no-han-captado-la-atencion-de-la-prensa-en-jalisco

Links
[1] http://www.observatorioelectoral.cucsh.udg.mx
[2] https://comsoc.udg.mx/etiquetas/armando-zacarias-castillo