

Observar y analizar para construir

Medios y tratamiento informativo

Durante un proceso electoral son los medios de comunicación los que tienen además de la difícil tarea de bien informar a la ciudadanía, el no quedar atrapados dentro del torbellino de declaraciones e incluso peleas entre candidatos, partidos y autoridades.

El sistema de comunicación es un intermediario entre el político y el social, y tiene una posición estratégica, es por ello que el tratamiento que le da a la información incide en la dinámica político-social.

En este tenor, es de suma importancia para Q ITESO, análisis crítico de medios dar seguimiento al quehacer de los medios; cómo informan, qué espacio le dedican a qué temas de la contienda electoral, la construcción de sus portadas, así como el seguimiento de temas que predominan en radio y televisión, y la aparición de nuevos medios durante este periodo.

Es así que durante el periodo de precampañas en Jalisco, del 28 de diciembre 2014 al 5 de febrero 2015, de acuerdo al informe sobre el [Tratamiento informativo que la prensa local le otorga al tema sobre las violaciones a la Ley electoral](#) en materia de comunicación y propaganda política, se encontró en un primer acercamiento, que el foco noticioso fue el conflicto sobre los actos anticipados de campaña del PRI y su candidato por la alcaldía de Guadalajara Ricardo Villanueva, así como de Enrique Alfaro de Movimiento Ciudadano. Mientras que el tema que ocupó más espacio fue lo relacionado con la autoridad electoral y judicial local.

Se advierte en el próximo inicio de campañas, 5 de abril al 3 de junio, una fuerte cobertura al proceso electoral y habrá que estar pendientes en la forma y fondo, es decir, qué posición juegan los medios de comunicación que conforman la oferta en la Zona Metropolitana de Guadalajara, ya que es preciso resaltar que algunas portadas han sido notoriamente benevolentes con el candidato priista Ricardo Villanueva.

También será necesario tener una lectura completa de cómo está relacionada la estructura del poder político con los medios de comunicación locales, en relación directamente con el modelo de negocio de éstos y la compra de espacios publicitarios, ¿Interviene en el tratamiento de la información?

Todo esto sin dejar de lado el “casual” [surgimiento de nuevos medios](#), algunos de estos tienen una tendencia clara de apoyo hacia algún partido o tema en particular, otros pretenden camuflajearse entre la oferta de portales web y las redes sociales. Pero este será tema de la próxima semana.