



Eje temático: Cultura política y democracia

La expresión electoral del 2018 en las representaciones mediáticas de la prensa bajacaliforniana.

The electoral expression of the 2018 in the media representations of the bajacaliforniana press.

Por:

Ángel Manuel Ortiz Marín, Universidad Autónoma de Baja California
Victoria Santillán Briceño, Universidad Autónoma de Baja California y
Esperanza Vilorio Hernández, Universidad Autónoma de Baja California.

Resumen

Las elecciones presidenciales del 2018 en México, han concitado una expectativa más allá de la dimensión política, pues de su resultado y de quién sea presidente seguramente se definirá un rumbo diferente del quehacer político, económico, social y cultural del país. Uno de los momentos más interesantes de este proceso es la campaña electoral y la propaganda que se emite para convencer al elector de favorecer con su voto a determinado candidato.

De ahí que los observatorios de medios integrados al Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) decidieron analizar los mensajes emitidos durante la campaña electoral de los candidatos a la presidencia de la república. Para esta actividad se coordinaron 13 observatorios situados tanto en universidades públicas como privadas ubicadas en la Ciudad de México y en los estados de Puebla, Veracruz, Guerrero, Nuevo León, San Luis Potosí, Coahuila, Jalisco y Baja California.

El objetivo del proyecto Elecciones 2018 de los observatorios de medios fue “Evaluar el modelo de comunicación política mexicano en su dimensión estructural así como el flujo informativo de los componentes que lo conforman y determinar los niveles de calidad de la información que se entrega a la ciudadanía”, definiéndose metodologías de análisis según el tipo de mensajes.

El Observatorio Global Mediático de la Frontera Norte de la Universidad Autónoma de Baja California, decidió analizar desde el 30 de marzo al 27 de junio, cuatro de los más importantes diarios de Baja California, utilizando como enfoque teórico la Agenda Setting y la técnica del análisis de contenido. En este momento sólo se cuenta con los resultados de abril y lo que indican las piezas periodísticas es que hay una mayor cobertura para los candidatos López Obrador y Anaya, en tres de los cuatro periódicos analizados.