

ObsMEX

Observatorio de México en España

Informe de investigación No.1, otoño-inverno 2019

ISSN : 2696-1113

El sexenio de Enrique
Peña Nieto
en la prensa española:
El Mundo y La Vanguardia

José Ramón Santillán Buelna

Marina Acosta

Observatorio de México en España
www.obsmex.com

El Observatorio de México en España es un centro de investigación, con sede en Barcelona, que impulsa el estudio de México en España. Fue fundado en 2018 por el Dr. José Ramón Santillán Buelna, miembro del Grupo de Estudios Avanzados en Comunicación (www.gec.es), y con una dilatada experiencia académica tanto en España como en México.

El Observatorio de México en España tiene cuatro objetivos:

1. Investigación de la imagen de México en la prensa digital española, la proyección del poder suave (*soft power*) y el estudio de la migración mexicana.
2. Divulgación de resultados de las investigaciones en informes, libros, artículos científicos y actas de congreso.
3. Análisis semanales de nuestros investigadores relacionados con las temáticas del observatorio y publicadas en nuestro blog.
4. Tutorías académicas para el diseño y desarrollo de trabajos de investigación de grado y posgrado que tengan como foco de interés a México en su relación con España.

Editorial

Con la publicación del estudio *El sexenio de Enrique Peña Nieto en la prensa española : El Mundo y La Vanguardia*, editado por El Observatorio de México en España, cumplimos uno de nuestros objetivos : ofrecer a estudiantes, investigadores, académicos, periodistas y gente interesada en los estudios mexicanos en España la posibilidad de contar con textos útiles para la docencia e investigación. Desde ahora publicaremos cada cuatrimestre un informe de investigación que trate sobre alguna de las tres líneas de nuestro trabajo: la imagen país, el poder suave o la diáspora mexicana.

Este primer informe, realizado por nuestros investigadores, José Ramón Santillán y Marina Acosta, presenta el estudio de la cobertura y valoración del presidente mexicano Enrique Peña Nieto, en dos de los periódicos españoles más infuyentes, durante su mandato (2012 a 2018). En esta investigación aportamos conocimiento para entender cómo se proyecta desde la prensa internacional la gestión de un gobernante y la percepción que genera en la opinión pública, como un tema relevante que define la imagen exterior de un país, en su dimensión política.

Con la edición de este primer informe de investigación comenzamos la divulgación de los estudios realizados en el Observatorio y nos llena de mucha satisfacción tanto a nivel profesional como de equipo. Esperamos que la publicación de este estudio sea el inicio de un larga producción científica de nuestro centro de investigación.

Dra. Kenia del Orbe Ayala

Editora responsable

Investigadora ObsMex

Profesora asociada en la Universidad Rey Juan Carlos

Indice

Resumen.....	5
Introducción.....	7
Prensa y efecto agenda.....	9
Acontecimientos que marcaron el sexenio de Peña Nieto.....	11
Objetivos y Metodología	13
Análisis: Peña Nieto en la prensa española	16
Cobertura	16
Relevancia informativa	19
Áreas y temáticas	20
Valoración de las noticias	23
Enfoques emocionales	24
Conclusiones	27
Bibliografía	29
Los autores.....	32

Resumen

Este informe presenta un estudio sobre la cobertura y valoración del presidente mexicano Enrique Peña Nieto en dos periódicos españoles de referencia desde la perspectiva de la *agenda-setting*. El objetivo es comprender la imagen que *El Mundo* y *La Vanguardia* hicieron del Presidente durante sus seis años de gobierno (2012-2018).

Para ello hemos realizado un análisis de contenido a las noticias publicadas en los dos diarios, durante el período del 1 enero de 2013 al 31 noviembre 2018, con la intención de identificar cantidad de noticias publicadas, temáticas, tratamiento periodístico y enfoques emocionales en la información publicada sobre la gestión política de Peña Nieto.

Entre los principales resultados, destaca en primer lugar, que el Presidente tuvo una cobertura media de dos noticias al mes, una en cada diario. En segundo lugar, los asuntos que nutrieron la agenda periodística fueron mayoritariamente informaciones de política nacional: inseguridad, narcotráfico y corrupción, en detrimento de asuntos económicos (inversiones en México) o de política internacional (relación con Estados Unidos).

En tercer lugar, sobresale una relevancia media de las noticias. Esto es que casi la mitad ocupan dos cuartos de página, van acompañadas de una fotografía e ilustración. En cuarto lugar, la prensa proyectó una imagen más negativa que positiva del político mexicano. Esta tendencia periodística desfavorable está relacionada principalmente con su gestión para atajar la inseguridad ciudadana, combatir la corrupción, respetar los derechos humanos y encontrar a los estudiantes desaparecidos de Ayotzinapa. Las valoraciones positivas se refieren principalmente a su papel en las reformas del sector energético y a la captura de “El Chapo” Guzmán.

Por último, el enfoque emocional con que se asoció periodísticamente al presidente fue de carácter negativo, predominan los sentimientos de enfado, antipatía y tristeza.

Palabras clave: Periodismo; Prensa internacional; Agenda; Peña Nieto; México; España.

Introducción

En la sociedad actual los medios de comunicación son una importante fuente de conocimiento y valoración de personajes políticos. Su relevancia radica en su capacidad de definir percepciones y actitudes hacia los actores sociales que participan en la actividad política. Esta influencia aumenta cuando son gobernantes de otros países que quedan fuera de la experiencia personal de la mayor parte de la población (Saperas, 1987).

España y México están vinculados por lazos sociales y culturales que no se circunscriben, estrictamente, a los canales oficiales. En el plano económico, México es el primer socio comercial y el primer cliente de España en Latinoamérica¹. Durante 2014, el presidente Enrique Peña Nieto firmó con España el *Plan Renovado de Asociación Estratégica* con el objetivo de fortalecer las relaciones bilaterales.

Más allá de lo estrictamente económico, algunos acontecimientos puntuales hacen que los medios españoles deban mirar a México. La matanza de mujeres en Ciudad Juárez, los avances del narcotráfico, la impunidad de los crímenes de los cuarenta y tres estudiantes de Ayotzinapa, los asesinatos de periodistas y la política migratoria de Trump, son algunos de los hechos que pasan el filtro del umbral de noticiabilidad y obligan al periodismo español a visibilizar la realidad mexicana.

Es así que una parte del conocimiento que los españoles tienen acerca de México, en general, y de sus políticos, en particular, proviene de los medios de comunicación. En este escenario, la prensa internacional a través de la cobertura, enfoques y tratamiento de las noticias que haga definirá la imagen que se proyecte del país y de sus gobernantes. Por lo tanto, son los

¹ Fuente: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=MX>

periódicos y los periodistas los que seleccionan las noticias, enfatizan u omiten determinados aspectos de los acontecimientos que generan una manera de entender y valorar la realidad política de un país extranjero. De ahí que resulte importante conocer el modo en que dos diarios españoles informaron y valoraron la gestión del mandatario Enrique Peña Nieto.

La información internacional, entendida como acontecimientos ocurridos en el propio país, en otros o en varios países y que tienen un interés supranacional (Bartolozzi, 1974; Tulloch, 2004) adquiere importancia para conocer cómo en los relatos informativos se transmite una serie de imágenes y valores con los que se asocia a un político en el extranjero. Esta idea nos lleva a investigar en el enfoque y tratamiento informativo que recibió la figura del Presidente mexicano durante sus seis años de gobierno en la prensa española para conocer la imagen que se proyectó de su persona y de su gestión.

Así, pues, recurrimos al marco teórico de los estudios de *agenda-setting* (Mc Combs, 2005; McCombs y Shaw, 1972) y los del *framing* (Tankard et al., 1991; Entmann, 1993). Creemos que se trata de perspectivas complementarias que permiten estudiar a la prensa como definidora de temáticas, enfoques y tratamiento de las noticias que generan un conocimiento y valoración de una institución, un personaje o acontecimiento en la opinión pública.

Por todo lo anterior, esta investigación busca describir la cobertura periodística que dos diarios españoles- *El Mundo* (nacional) y *La Vanguardia* (regional), uno nacional y otro regional, hicieron del gobierno del presidente mexicano Enrique Peña Nieto durante el período 2012-2018.

Prensa y efecto agenda

Desde el punto de vista de las teorías del periodismo hubo un intenso debate concentrado en explicar el pasaje de una concepción que creía que los medios representaban la realidad a una que advierte que los medios la definen. Por lo que las nuevas visiones demostraron que los *media* no son simples espejos de la realidad sino fundamentalmente constructores de realidad social y, también, poderosos actores políticos (Borrat, 1989; Rodrigo Alsina, 1989; Borrat y de Fontcuberta, 2006). Además, gozan del poder de informar; es decir, de una situación de dominio intelectual capaz de influir en personas e instituciones (Nieto e Iglesias, 1993).

Agenda-setting

Maxwell McCombs y Donald Shaw definen a la fijación de agenda (*agenda-setting function*) como “la capacidad de los medios masivos de seleccionar y destacar ciertos temas sobre otros, y con ello causar que los asuntos destacados sean percibidos como importantes por el público” (1977: 12). Sin ese conjunto de problemas a resolver, que además está ordenado por prioridades, la funcionalidad de la sociedad como tal sería insostenible (López-Escobar et al., 1996).

La hipótesis de la *agenda-setting* conlleva dos ideas interrelacionadas: a) la prensa gráfica presenta al público un conjunto de temas sobre los que pensar a través de un proceso de selección y jerarquización informativa (primer nivel); b) la prensa gráfica ofrece un conjunto de atributos sustantivos que influyen de manera decisiva en la interpretación del acontecimiento noticioso (segundo nivel).

José Luis Dader propone la expresión *efecto de canalización* para referirse a la orientación o conducción que “las mentes de los ciudadanos sufren hacia unos repertorios de temas de preocupación pública, en detrimento de

otros que no son mencionados o destacados, como consecuencia de la selección previa de asuntos que realizan los *mass media*” (1992: 295). Por cierto, en la acción de los medios están implícitos los sesgos que determinan tal canalización y que dependen de las rutinas productivas de los profesionales que forman parte de los medios.

El proceso de la *agenda-setting* se compone de los tres actores (y sus interrelaciones) que están involucrados en la comunicación política; esto es, los políticos, los medios de comunicación y los ciudadanos. Se trata, en definitiva, de una perspectiva que concibe a la *agenda-setting* como un modelo complejo de relaciones entre distintos actores sociales y políticos, que la lleva a alejarse del enfoque estrictamente centrado en la mera transferencia temática del mensaje (Rogers & Dearing, 1988).

El contenido de la agenda, a su vez, está integrado por tres niveles: 1) composición: referida a la importancia del tema; 2) enfoque: referido a su definición; 3) evaluación/valoración: referida a la instauración de un clima de opinión (Noelle-Neumann & Mathes, 1987).

Framing

Una rama de los estudios que intenta echar luz sobre las estrategias que los medios impresos ponen en circulación en su tarea diaria de contar la realidad se centra en los encuadres; es decir, en las ideas vectoras que organizan el relato periodístico (Tankard et al., 1991). A este tipo de estudio se los conoce como *framing* que, desde nuestra visión, constituye una superación a la teoría de la *agenda-setting* (McCombs & Shaw, 1972; Sautu, 2005) en tanto puede ser definido como una teoría integral que permite articular las distintas etapas de la comunicación (Sádaba, 2008) además de constituir un proceso dinámico e interactivo dentro del constructivismo social (Aruguete, 2011; 2015; 2017).

Preocupado por estudiar cómo los medios construyen encuadres, el *framing* pasa a ser un proceso de transmisión de sentido que va de los medios a la

audiencia y de la audiencia a los medios (Amadeo, 2002). Para Teresa Sádaba, los periodistas otorgan a las noticias un enfoque o idea central que aporta un contexto mediante un proceso de selección, énfasis, y elaboración que influye de manera decisiva en la interpretación del hecho noticioso (2008).

El *framing* define a los asuntos y proporciona el marco interpretativo para comprenderlo, produciendo y limitando el significado de los *issues*. Para hacerlo, los medios definen una estrategia que se sustenta en un doble principio: el de la selección temática y el de la organización discursiva (Matthes, 2012).

En la cobertura de los asuntos políticos, predomina el *encuadre de conflicto* (de Vreese, 2014; Muñiz, 2015; Muñiz et al., 2018). Se trata de un encuadre noticioso generalista que se utiliza en cualquier suceso noticiable para enfatizar el desacuerdo entre distintos actores involucrados en políticas (Semetko & Valkenbug, 2000). La disputa entre ellos aumenta la probabilidad de impacto de la información con la consecuente canalización cognitiva que configura opiniones del público (Muñiz et al., 2018).

Acontecimientos que marcaron el sexenio de Peña Nieto

Con la finalidad de establecer el contexto político, y con ello ofrecer información que permita comprender el desarrollo de la gestión peñista para dar cuenta del análisis de la cobertura periodística, daremos unos breves antecedentes.

El 1 de diciembre de 2012, Enrique Peña Nieto tomó posesión como presidente. El PRI (Partido Revolucionario Institucional) volvía a gobernar después de doce años de administraciones del PAN (Partido Acción Nacional), partido de centroderecha. El sexenio estuvo caracterizado principalmente por el debate de cuestiones como: reformas estructurales (en sectores enérgicos), el aumento de la violencia, la lucha contra el

narcotráfico, el escándalo de la “Casa Blanca” con la compra de una lujosa residencia por parte de su esposa² y la captura, fuga, reaprehensión y extradición de “El Chapo” Guzmán. También, la liberalización de los precios de la gasolina.

Sin embargo, el parteaguas que marcó un punto de inflexión en su gestión fue el “caso Ayotzinapa”. El 26 de septiembre de 2014, en un municipio del estado de Guerrero, fueron masacrados seis estudiantes de la Escuela Normal Rural “Raúl Isidro Burgos” y cuarenta y tres resultan hasta hoy desaparecidos. La hipótesis más sólida señala que el crimen organizado, en colaboración con las autoridades locales, reprimieron brutalmente a los jóvenes que pretendían ingresar al municipio de Iguala para recaudar fondos y así poder viajar a los actos conmemorativos a la “masacre de Tlatelolco” que se realizarían en el Distrito Federal. El tema llegó a las portadas de los principales diarios nacionales e internacionales y se convirtió rápidamente en un *issue* que abrió un intenso proceso de discusión pública.

Durante 2018, a propósito de las elecciones presidenciales, México volvió a la agenda de los medios que tematizaron la precampaña, la campaña y los comicios que se celebraron en julio de 2018. El candidato de izquierda Andrés Manuel López Obrador, miembro de Morena (Movimiento de Regeneración Nacional), ganó la presidencia. Esto significó la derrota del PRI, el partido del presidente en ejercicio.

Los hechos que se sucedieron durante el sexenio de Peña Nieto constituyen una de las razones para estudiar la cobertura informativa que hicieron los diarios españoles en el marco del papel de los medios de comunicación como definidores de la imagen de un político mexicano y de su gobierno en

² El equipo periodístico de Carmen Aristegui reveló que la casa, valuada en siete millones de dólares, le había sido comprada a uno de los principales contratistas del gobierno. Se trataba del *Grupo Higa* una de las empresas que había ganado la licitación, en 2014, del tren de alta velocidad que uniría la Ciudad de México con la de Querétaro.

España, un país con el que se tiene como hemos dicho una importante relación política, económica, cultural y social.

Creemos que el estudio de la cobertura del gobernante mexicano en la prensa española es relevante para México porque la selección de las noticias, los tratamientos y enfoques informativos afectan la imagen que se proyecta en el extranjero de un presidente y de su gestión. Esta imagen que transmite la prensa internacional y que genera una opinión pública, queremos analizarla en dos diarios españoles de referencia- uno de carácter nacional y otro autonómico- para conocer la influencia de la prensa internacional en la cobertura y valoración de un gobernante mexicano en el exterior.

Objetivos y Metodología

El objetivo general de la investigación es describir la cobertura periodística de los periódicos *El Mundo* y *La Vanguardia* sobre la presidencia de Enrique Peña Nieto. En tanto son objetivos específicos:

- 1) Cuantificar la cobertura periodística sobre el Presidente y su gobierno.
- 2) Determinar áreas y temáticas relacionadas con las noticias.
- 3) Conocer la valoración (positiva, negativa o neutra) de las noticias que hace la prensa.
- 4) Identificar en los titulares de las noticias el enfoque emocional y los principales sentimientos con el que se relaciona al Presidente.

La concepción de este trabajo y los objetivos fijados precisan la utilización del análisis de contenido. Dicho método permite analizar la comunicación de manera sistemática, objetiva y cuantitativa (Kerlinger, 1986; Bardin, 1996) y resulta apropiado para estudiar las noticias publicadas sobre el presidente Peña Nieto y su gobierno en los diarios generalistas *El Mundo* y *La Vanguardia*.

El primero es de ámbito nacional fundado en 1983 con sede en Madrid. Es editado por la empresa *Unidad Editorial Información General*, S.L.U. Por su parte, *La Vanguardia* es un diario autonómico, fundado en 1881 y editado en Barcelona. Pertenece al *Grupo Godó*, dueña del *Grupo Zeta* prestigiosa empresa de comunicación que edita otra serie de publicaciones.

Para el estudio se han seleccionado estos dos periódicos por su referencia y liderazgo en el mercado español teniendo en cuenta su impacto y lectura. Según el *Estudio General de Medios* de 2018, *El Mundo* contaba con 611 mil lectores diarios y *La Vanguardia* con 736 mil. Estos diarios se destacan además por tener desde hace años un corresponsal en México. Además, son considerados como diarios de referencia aquellos medios caracterizados por una sólida estructura organizativa, controles de calidad y una agenda informativa global que tiene un impacto e influencia en las élites políticas, económicas y culturales (Merrill, 1968; Borrat, 1989).

La muestra temporal contempla el sexenio³ del presidente Enrique Peña Nieto desde el 1 de enero de 2013 al 31 de noviembre de 2018. En este período seleccionado se han dado situaciones relevantes de la dinámica interna mexicana que creemos tuvieron impacto en la opinión pública internacional como reformas estructurales en sectores del petróleo, la energía eléctrica y el gas, la desaparición de los cuarenta y tres estudiantes de Ayotzinapa, elecciones legislativas y presidenciales, entre otras cuestiones.

La muestra resultante se obtuvo del vaciado de las informaciones del presidente mexicano y su gestión, publicadas entre los años 2013 y 2018 en las ediciones en papel de *El Mundo* y *La Vanguardia*. El tamaño de la población fue de 4.356 diarios publicados (363 x 6 años x 2 diarios). Sobre este universo se realizó un muestreo sistemático y aleatorio; esto es, se

³ El sexenio empezó el 1 de diciembre de 2012, al ser un mes con muchas festividades, iniciamos la revisión documental el 1 de enero de 2013 y la terminamos el 1 de diciembre de 2018.

seleccionaron dos semanas por diario construida aleatoriamente (en cada mes se eligió al azar dos semanas completas de lunes a domingo por cada año). El número total de diarios revisados fue de 2.016 (282 semanas por siete números a la semana, 1.008 días por periódico). Ello supone el 46.28% de periódicos analizados.

Por *información del presidente y su gobierno* entendemos las noticias que tratan de Peña Nieto y de su gestión al frente del gobierno publicadas en cualquier sección. Con este procedimiento se identificaron 379 informaciones con sus respectivos titulares como unidades de análisis.

Una vez identificadas las unidades de análisis aplicamos un protocolo de análisis de contenido⁴ que estaba formado por cuatro apartados:

1. Cobertura. Identificar cada diario y la cantidad de información que publicaron a lo largo de los seis años.
2. Relevancia de la información (medida en espacio e infografía).
3. Áreas y temáticas de las noticias. Identificamos tres áreas: 1. Política interna; 2. Política internacional. 3. Economía. Después, se clasificaron en 15 temáticas.
4. Valoración periodística. En valores de neutro, positivo y negativo.
5. Marco emocional. Análisis de los titulares por el tipo de emoción que aparecía con las siguientes categorías: una positiva: 1. Alegría; y tres negativas: 1. Enfado; 2. Antipatía; 3. Tristeza.

Para garantizar la fiabilidad de la codificación de la información se contó con dos analistas que fueron previamente capacitados. Codificaron un 10% de la muestra, seleccionada aleatoriamente. Utilizamos la fórmula de Holsti y se obtuvo un .80 de acuerdo, lo que indica un nivel de fiabilidad aceptable.

⁴ El protocolo de análisis de contenido fue elaborado por investigadores del Observatorio de México en España (www.obsmex.com) que lo han aplicado en estudios sobre la imagen de México en la prensa española (Santillán, 2017; Del Orbe, K. y Santillán, 2019).

Posteriormente, con la codificación realizada, hicimos una tabla de datos en SPSS. Esta herramienta informática nos sirvió para generar un análisis estadístico detallado y riguroso, de tal manera que nos permita ofrecer porcentajes, análisis bivariado y gráficos para examinar la cobertura periodística del gobierno del presidente Peña Nieto en la prensa española.

Análisis : el sexenio de Peña Nieto en la prensa española

Cobertura

De acuerdo a la ficha de análisis de contenido se estudiaron y clasificaron 379 noticias en los dos diarios seleccionados referidas al presidente Enrique Peña Nieto. De ese total, 180 pertenecen a *La Vanguardia* (LV) y 199 a *El Mundo* (EM), todas ellas publicadas en el período que va del 1 de enero de 2013 al 31 de diciembre de 2018. Una media de dos noticias al mes en cada diario.

Del total de unidades analizadas de la muestra, el 52,5% fue publicado en EM y el 47,5% en LV. El desglose de los datos señala que son 19 noticias más publicadas en el primer diario lo que hace una diferencia del 5%. A todas luces, este porcentaje del total de contenidos no representa una diferencia significativa entre los dos diarios.

Tabla 1. Distribución de unidades informativas

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total	%
<i>La Vanguardia</i>	21	40	30	25	28	36	180	47,5
<i>El Mundo</i>	33	47	36	23	21	39	199	52,5
N=379	54	87	66	48	49	75	379	100

Fuente: elaboración propia.

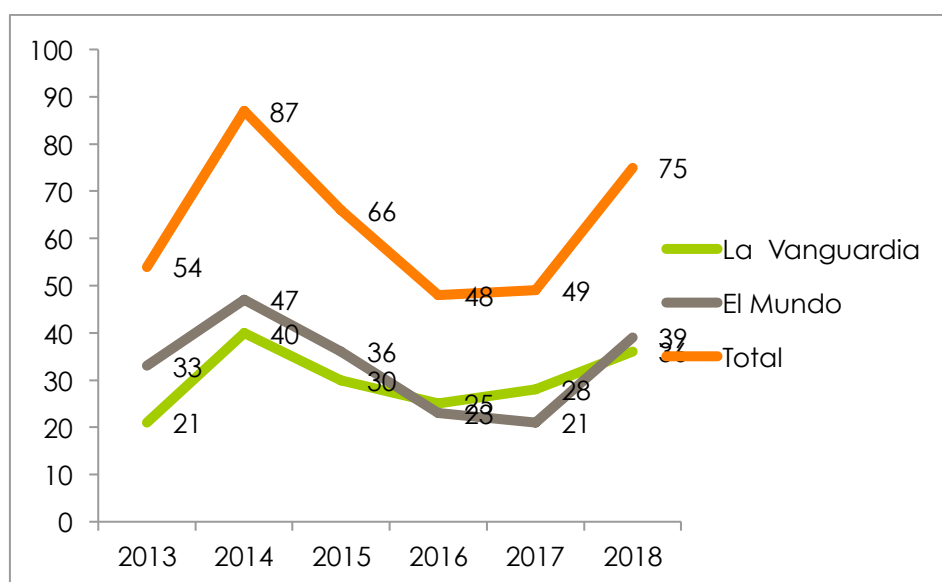
Para valorar la importancia relativa de ese 5%, podemos citar los datos producidos por otro trabajo (Santillán, 2017: 37), en base a una muestra

más grande de cuatros años del mismo período de estudio (2003-2016) en las noticias sobre el presidente Peña Nieto publicadas en La Vanguardia y *El Periódico*. La diferencia entre diarios fue de un 4%. Muy similar al porcentaje de este análisis.

Cobertura por año y periódico

En la Figura 1 podemos observar cómo la atención informativa tiene diferentes momentos. En 2016 y 2017 tienen la menor presencia, dentro de los seis años estudiados, con un total de 48 y 49 noticias, respectivamente. En cambio, 2014 y 2017 representan la mayor cobertura con 87 y 75 noticias. Los años 2013 y 2015 presentan valores medios, 54 y 66 informaciones.

Figura 1. Número de noticias por año



Fuente: elaboración propia

Examinando los datos encontramos que las diferencias en la cobertura se explican por el tipo de acontecimientos, los años que ocurren y los intereses editoriales para dar mayor o menor atención periodística. De acuerdo con ello, en 2013 las noticias están relacionadas con dos iniciativas presidenciales: a) el *Pacto por México*⁵, un acuerdo político propuesto por

⁵ Peña Nieto lo firmó el 2 de diciembre de 2012 con las principales fuerzas políticas del país para “culminar la transición democrática y orientarla hacia las metas de bienestar

el Presidente para impulsar el desarrollo del país y b) las reformas energéticas que empezaron a discutirse a final de año.

Para el año 2014 son 87 noticias lo que representa el pico más alto. Esto se debe a la discusión para la aprobación de las reformas energéticas, la visita oficial del presidente Peña Nieto a España, el escándalo de la “Casa Blanca”, la cancelación de la construcción del tren México-Querétaro. A ello hay que sumar las noticias sobre la desaparición de los estudiantes de Ayotzinapa.

En el año 2015 las 66 informaciones corresponden al desarrollo de las investigaciones de Ayotzinapa para encontrar a los estudiantes desaparecidos, la fuga de “El Chapo” Guzmán y la caída del precio del petróleo, uno de los sectores clave en la reforma energética propuesta por el Presidente. Para el año 2016 la atención periodística baja a 48 informaciones donde siguen destacando las del “caso Ayotzinapa” y la falta de resultados para atajar la inseguridad, producto del narcotráfico, en el país.

Durante 2017 la cobertura informativa se mantiene con muy pocas variaciones, una noticia más con respecto al año anterior: contabilizamos 49 noticias dedicadas principalmente a la inseguridad ciudadana asociada al narcotráfico. Otras informaciones de interés reparan en la precampaña para las elecciones presidenciales del siguiente año y el atractivo económico del país para seguir invirtiendo.

El 2018 alcanza 75 informaciones. Se trata del segundo pico registrado durante la cobertura de los seis años. Sobresalen noticias de las elecciones presidenciales, la violencia e inseguridad en el país y el juicio a “El Chapo” Guzmán en Nueva York.

social, libertad personal y seguridad”. El documento completo puede consultarse en <http://pactopormexico.org/PACTO-POR-MEXICO-25.pdf>

El análisis de las noticias por año y diario muestra que la cobertura del presidente Peña Nieto y de su gobierno se desarrolla en términos de “normalidad”. Es decir, de funcionamiento de típico de las rutinas periodísticas. Cuando hay asuntos que tienen mayor interés informativo se cubren, cuando baja su importancia se presta menos atención.

Por último, por diarios, los resultados indican que en cinco de los seis años estudiados en el periódico EM se publican más noticias que en LV. Estas diferencias se deben posiblemente al carácter nacional y más internacional del primer periódico comparándola con la línea editorial del segundo que es más local y autonómica.

Relevancia informativa

La relevancia de las informaciones internacionales publicadas en los diarios puede medirse en términos de espacio, fotografías y apoyo infográfico (ilustraciones, esquemas) (Antovica et al., 2014).

Con relación a estos factores definimos tres valores: 1) poca: cuando la información comprendía menos de un cuarto de página, sin fotografía, ni contenía ningún infográfico. 2) media: cuando tenía dos cuartos de página, una foto y alguno de los siguientes elementos: una ilustración o esquema; 3) alta: la información era de más de dos cuartos de página, con fotografías e infográficos.

Tabla 2. Relevancia informativa en espacio, fotografías e ilustraciones

Relevancia	LV	EM	Frecuencia	%
Poca	33	26	59	15,5
Media	85	101	186	49,0
Alta	62	72	134	35,3
	180	199	379	99,8

Fuente: elaboración propia

La Tabla 2 muestra que las noticias sobre el presidente Peña Nieto y su gobierno han tenido como dato principal una relevancia media del 49%. Esto es, casi la mitad de las noticias ocuparon dos cuartos de página, fueron acompañadas de una fotografía y llevaron ilustración. Por lo que respecta al valor informativo de relevancia alta, este concentra el 35,3%. La suma de estos dos datos (84,3%) nos habla de un interés importante de ambos diarios en cuanto a espacio, fotografías e ilustraciones respecto de la gestión peñista.

Por último, la categoría poca relevancia, que tiene el valor más bajo con un 15,5% (59 noticias), indica que de cada 10 publicadas, una y media fue menor de un cuarto de página y sin fotografía. Este dato menor confirma un interés importante concedido por los dos diarios españoles en resaltar las noticias con imágenes para atraer la atención del lector en la cobertura informativa.

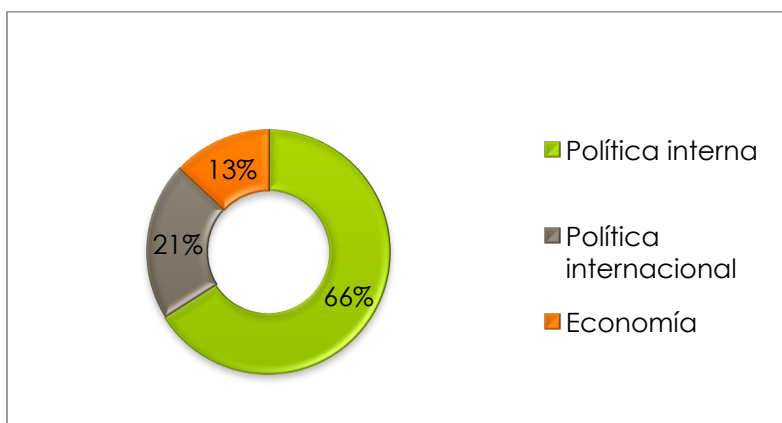
Por periódicos, el análisis bivariado muestra que EM destaca en la publicación de más noticias de relevancia media y alta (101 y 72) que en LV (85 y 62). Dicho de otro modo, el primer diario le otorga más espacio informativo y fotografías al presidente mexicano. Este dato coincide con los ofrecidos en otros estudios sobre coberturas de países latinoamericanos en la prensa española (Casado-Gutiérrez et al., 2014) donde se afirma que la prensa nacional concede mayor importancia a la información internacional que la prensa regional.

Áreas y temáticas

En la Figura 2 puede verse que las noticias referidas a la política interna – asuntos domésticos del país- son las más numerosas: 250 noticias. Esto es, el 66% de toda la información. Siguen las de política internacional –las relaciones exteriores con otros países- con 79 noticias (21%). El tercer lugar, con 49 informaciones (13%), lo ocupan las noticias sobre economía como inversiones, crecimiento, impuestos, entre otros. Por tanto, las líneas

editoriales de estos dos periódicos publicaron más información sobre la administración interna del país a cargo del presidente Peña Nieto con predominio sobre las áreas de política internacional y economía. Dicho de otro modo, cada 10 noticias que se publicaron 6,6 son para asuntos relativos a la gestión interna del país.

Figura 2. Área general de las noticias



Fuente: elaboración propia.

En la Tabla 3 se aprecia que la temática inseguridad ocupa el primer lugar con el 20,8%. Destacan informaciones relacionadas con robos, secuestros, desapariciones forzadas y asesinatos. Durante los seis años estudiados la información del gobierno de Peña Nieto en los dos diarios estuvo principalmente asociada a la desprotección de la población civil ante los grupos organizados y a la lucha contra el narcotráfico que producía muertes y una escalada de la violencia en el país.

Tabla 3. Temáticas de las noticias

	<i>El Mundo</i>	<i>La Vanguardia</i>	Frecuencia	%
Política interna			250	66
Inseguridad	46	33	79	20,8
Corrupción	25	21	46	14
Narcotráfico	23	18	41	10,8
Protestas sociales	15	13	28	7,3
Derechos humanos	12	14	26	6,8

Reformas	9	12	21	5,54
Elecciones	4	5	9	2,3
Política internacional			79	21%
Relación con Estados Unidos	35	28	63	16,6
Relación con otros países	5	11	16	4,2
Economía			49	13
Inversiones en México	20	15	35	9,2
Otros	5	9	14	3,6
	199	180	379	100

Fuente: elaboración propia

La corrupción es la segunda temática relevante en términos cuantitativos (14%). Son noticias que tratan de la compra por parte de la esposa de Peña Nieto de una lujosa residencia y la cancelación de la construcción del tren de alta velocidad México-Querétaro, con una inversión de 3.800 millones de dólares.

El narcotráfico ocupa el tercer lugar (10,8%). Las noticias hacen referencia a la lucha del gobierno contra los cárteles y capos de la droga en México. El tema también se asocia, por un lado, a la guerra entre narcos y, por otro, a la detención de “El Chapo” Guzmán en 2015 y su recaptura en 2016.

En cuarto lugar está el tema de protestas sociales (7,3%). Se trata de informaciones sobre manifestaciones ciudadanas en contra del Presidente y su gobierno por la inacción en la búsqueda de los estudiantes de Ayotzinapa, el aumento de la violencia y el incremento en los precios de las gasolinas.

En quinto lugar aparece el asunto derechos humanos (5,8%). La atención periodística se dirige a noticias de feminicidios, desaparición y asesinatos de personas, muerte de periodistas que no son investigados por el Estado y también revelan lentitud de la justicia para aplicar las leyes.

En sexto lugar, destacan las reformas relacionada con áreas laborales, energéticas, de telecomunicaciones, educativos (5%). La más relevante, informativamente hablando, fue para el sector energético (gas, petróleo) dado que la modificación de la ley permitiría la entrada a inversores extranjeros.

El séptimo lugar lo ocupa el tema electoral (2,3%) con informaciones sobre las elecciones legislativas 2016 y las presidenciales de 2018 que son mencionadas como un examen al Presidente, a su gobierno y a su partido, el PRI.

Respecto de las temáticas de Política Internacional (21%), el 16,6 % trata de la relación con los Estados Unidos fundamentalmente temas migratorios referidos a la intención del presidente Donald Trump de construir un muro fronterizo y asuntos comerciales como el T-MEC (Tratado con Estados Unidos y Canadá). El restante 4,2 % relativo a la política exterior con otros países; sobresalen las informaciones dedicadas a la relación con Venezuela; en cuanto a España, la prensa informa de las visitas del Rey a México y de Peña Nieto a Madrid.

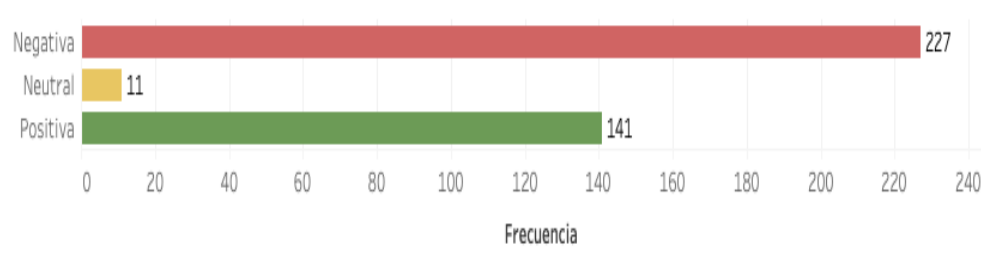
Con respecto a las temáticas económicas sobresalen las inversiones en México (9,2%). Los contenidos periodísticos tratan de la oportunidad para invertir en el país a raíz de la liberación del sector energético producto de las reformas implementadas por el gobierno de Peña Nieto. El resto de las noticias están vinculadas a la internacionalización de empresas mexicanas en la Península ibérica tras acuerdos firmados por ambos gobiernos, luego de las visitas oficiales del Presidente a España (3,6%).

Valoración de la noticia

Adentrándonos en la valoración de la noticia, en la Figura 3 se puede observar claramente que, del total de las unidades informativas, 227 tienen una connotación negativa (60%), 141 positiva (37%) y 11 neutral (3%). A partir de estas cifras se puede afirmar que mayoritariamente las

informaciones sobre Peña Nieto y su gobierno en los dos periódicos tienen una tendencia negativa que casi dobla los valores positivos. Resalta el dato del 3% de valoración neutra lo que significa que las noticias siempre marcaban un tratamiento a favor o en contra del mandatario mexicano.

Figura 3. Valoración de la noticia



Fuente: elaboración propia

La tendencia desfavorable está relacionada con noticias que valoran la incapacidad de Peña Nieto para hacerle frente al problema de la inseguridad ciudadana, el respeto a los derechos humanos y la búsqueda de los responsables del asesinato de los estudiantes de Ayotzinapa. Por su parte, los 141 valores positivos se refieren a su papel en las reformas del sector energético y a la captura de “El Chapo” Guzmán.

Otras informaciones con enfoque negativo que debilitan la imagen del político mexicano en la prensa española son: 1) la compra de la “Casa Blanca” donde estaban involucradas empresas que trabajaban para la administración pública; 2) la cancelación del contrato para construir el tren México-Querétaro. Estos acontecimientos, donde la prensa critica el beneficio económico con recursos públicos de familiares del mandatario y políticos allegados, aumentaron la valoración desfavorable.

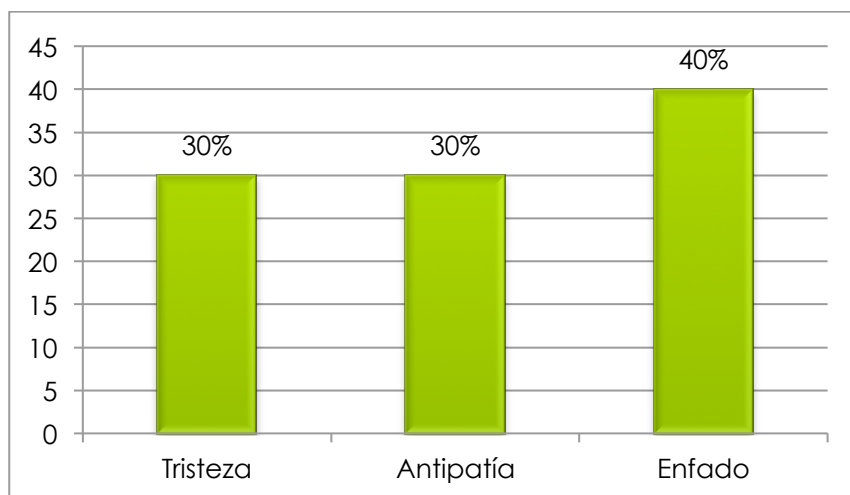
Enfoques emocionales

Tras analizar los titulares en las noticias de EM y LV como transmisoras de emociones que contribuyen a la valoración de un político- en este caso la del presidente Peña Nieto- advertimos que predominan las emociones

negativas (55%) sobre las positivas (30%). En tanto las neutras representan el 15%. Figura 4.

Si ahora pasamos a identificar las emociones negativas vemos en la Figura 5 que el enfado ocupa el mayor porcentaje 40%, le siguen la tristeza y antipatía con el 30% cada una.

Figura 5. Emociones negativas asociadas a Peña Nieto



Fuente: elaboración propia.

Hemos identificado en los titulares que publicaron los dos diarios las emociones negativas sobre el Presidente Peña Nieto y su gobierno y estas son algunas referencias:

El enfado aparece en titulares de LV: “Protestas contra el presidente por los asesinatos de Iguala” (LV, 15/10/2014); Peña Nieto admite el enojo ciudadano por las desapariciones de los estudiantes de Iguala” (LV, 2/09/2015); “Protestas contra Peña Nieto por el alza de las gasolinas (LV, 3/01/2017); “Multitudinaria marcha en la Ciudad de México contra Peña Nieto” (LV, 16/09/2016); “Padres de los estudiantes desaparecidos exigen la renuncia de Peña Nieto” (LV, 2/12/2014).

La antipatía hacia el Presidente se hace referencia en: “El 64% de los mexicanos desaprueba la administración de Peña Nieto” (LV, 4/09/2018);

“Críticas de la población a Peña Nieto por la gestión del terremoto” (LV, 12/09/2017).

Por su parte, en el diario EM la emoción enfado se asocia con la gestión del presidente: “México sale a la calle para protestar contra Trump y Peña Nieto” (EM, 12/02/2017); “Las protestas por el gasolinazo dejan ya 3 muertos y más de 600 heridos” (EM, 6/01/2017); “Los profesores aumentan las protestas en México” (EM, 3/06/2015); “Unas 12.000 personas marchan exigiendo justicia para los estudiantes asesinados” (EM, 27/04/2018); “Documentan 22 detenciones arbitrarias durante las protestas contra Peña Nieto” (EM, 6/12/2012).

La emoción de antipatía se identifica en los siguientes encabezados: “Peña Nieto presenta su primer informe ante un Congreso sitiado” (EM, 2/09/2013); “La imagen de Peña Nieto se desploma por los 43 de Iguala y la economía” (EM, 15/4/2016).

Por último, la emoción tristeza la encontramos en titulares como: “México regresa a los peores años de la Guerra del Narco” (EM, 22/07/2017); “Justicia para Ayotzinapa, el grito que recorre México” (EM, 9/10/2014); “Violencia y corrupción en México” (EM, 28/06/2018).

Por su parte, los titulares con enfoque positivo representan el 30%. Los periódicos componen un titular emocional que resalta la buena gestión del Presidente y de su gobierno. Por caso, cuando tienen algún acierto como emprender reformas o la captura de un narcotraficante. Así, aparecen títulos como: “El presidente culmina su reforma de la energía y las telecomunicaciones” (LV, 15/7/2014); “Peña Nieto destaca la buena marcha de la economía” (LV, 24/5/2017); “Peña Nieto destaca reformas estructurales como el mayor logro de su gobierno” (LV, 22/08/2018); “Peña atribuye a una mejor coordinación la captura de capos” (LV, 11/03/2014).

Otros titulares que contienen el sentimiento de alegría y que se publicaron en titulares de EM fueron para temáticas sobre las reformas en el sector energético y la apertura de capital extranjero: “La reforma energética de México, un modelo de democracia” (EM, 16/12/2013); “México pone fin a 76 años de monopolio energético” (EM, 07/08/2014); México tiende la mano a España para que se beneficie del nuevo plan de infraestructuras (EM, 13/06/2018). Identificamos esta emoción también en otras noticias sobre la gestión del presidente: “Peña Nieto anuncia acciones en favor de la economía familiar y promete combatir la corrupción” (EM, 5/01/2015); Peña Nieto entrega su segundo informe de gobierno en relativa calma tras caer su aprobación (EM, 2/9/2014). O Cuando se lograra la captura de un capo del narcotráfico: “México se apunta un logro en la captura el suceso del Chapo” (EM, 2/5/2017).

Conclusiones

Luego de presentar los resultados empíricos del análisis de la cobertura acerca de la gestión del presidente Peña Nieto, por parte de los periódicos *El Mundo* y *La Vanguardia*, podemos realizar las siguientes observaciones. Ambos diarios destinaron porcentajes similares de atención respecto del gobierno de Peña Nieto. Hemos visto que, en el período estudiado, las noticias sobre la coyuntura mexicana alcanzaron una relevancia informativa que ha oscilado entre el rango medio y el alto, es decir, la mitad de las noticias ocuparon dos cuartos de página, van acompañadas de una fotografía e ilustración lo que lleva a inferir que la prensa de referencia muestra un importante interés en México. Tal afirmación se explica por las implicancias que ha generado para la relación bilateral las decisiones tomadas por el presidente Peña Nieto –apertura de la inversión extranjera en sectores energéticos- y el devenir de los asuntos públicos de ese país –gestión de la violencia y la corrupción-.

Esto nos lleva a plantear, también, que los medios analizados han destacado las cuestiones relacionadas a la política doméstica en detrimento de asuntos de política internacional y a cuestiones estrictamente económicas. Dentro

del área *Política interna* encontramos que la temática más agendada ha sido la de la inseguridad. Aquí puede observarse una atribución de responsabilidad a Peña Nieto: México atraviesa un contexto de violencia por el avance de los grupos organizados y el narcotráfico.

Lo anterior puede ponerse en relación con la valoración predominante en las unidades informativas analizadas. El encuadre negativo se ha impuesto sobre el positivo, lo que nos permite apuntar que los dos diarios españoles ha tenido una mirada muy crítica sobre Peña Nieto señalando, en efecto, sus aspectos negativos y relegando los positivos. Incluso podríamos hablar de que la información sobre la gestión peñista se presentó en términos de polaridad; es decir, o a favor o en contra del Presidente, así lo confirma el dato del sólo 3% de valoración neutra.

Las formas más comunes en las que el *frame* se manifiesta en el discurso periodístico tienen que ver con la selección de la información, utilización de fotografías y referencias semánticas, entre otras cuestiones (Tankard et al., 1991). Una de las maneras de identificar el encuadre es a través del análisis de los titulares; además, su función es clave pues son señaladores que controlan la atención, la percepción y el proceso de lectura. Tras leer e interpretar el titular, el sistema cognitivo del lector está preparado, por un lado, para decidir si continuar o interrumpir la lectura y, por otro, para interpretar el resto del texto. Aún más, su lectura lleva a formar nuevas opiniones o a activar las preexistentes (Van Dijk, 1990). El énfasis que se les ha dado a las noticias del gobierno de Peña Nieto desde los titulares está asociado a emociones negativas; esto es, al enfado, la antipatía y la tristeza que proyectan una imagen negativa del mandatario y de su gestión.

En síntesis, la prensa española ha activado, en su proceso de encuadre, componentes cognitivos y afectivos de tipo negativo. Así, siguiendo a Entman (1993), quedan de manifiesto dos de las tres funciones que

cumplen los *frames*: selección (componente cognitivo) y prominencia y evaluación (componente afectivo).

Los hallazgos de este estudio nos han permitido, por un lado, dar cuenta de las estrategias editoriales llevadas adelante por la prensa para tematizar la gestión peñista y, por otro, observar los flujos de opinión que se dependen de la agenda propuesta con los consecuentes efectos cognitivos y afectivos en el público (Entman, 1993; Saperas, 1987). Por cierto, los medios de comunicación ya no cumplen sólo una función de información a la sociedad sino que además complementan esa función con otras y delimitan esquemas para la comprensión de ciertos temas. Los encuadres destacados suscitan respuestas cognitivas congruentes en los sujetos que las procesan influyendo decididamente en la formación de opiniones (McCombs y Shaw, 1972; Igarúa y Cheng, 2009; Sádaba, 2008) y en la evaluación de los acontecimientos noticiables.

Bibliografía

Amadeo, B. (2002). La teoría del Framing. Los medios de comunicación y la transmisión de significados. *Revista de Comunicación*, 1, 6-32.

Antovica, A; De Esteban C. y Manuel Gértrudix. La comunicación entre España y los países bálticos a través de la prensa escrita española. *Estudios del Mensaje Periodístico*, 20 (1), 297-312.

Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda. Política, medios y público*. Buenos Aires: Biblos.

_____ (2011). *Framing. La perspectiva de las noticias. La Trama de la Comunicación*, 15, 67-80.

_____ (2017). The agenda setting hypothesis in the new media environment. *Comunicación y Sociedad*, 28, 35-58.

Bardin, L. (1996). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.

Bartolozzi, (1974). *El ecosistema informativo: Introducción al estudio de las noticias internacionales*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.

Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: GG Mass media.

- Borrat, H. y Fontcuberta, M. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- Casado-Gutiérrez, F.; Sapiezynsa, E. y Sánchez, R. (2014). Venezuela en la prensa internacional: una cobertura sesgada. *Revista Latina de Comunicación*, 69, 368-389.
- Dader, J.L. (1992). “La canalización o fijación de la ‘agenda’ por los medios”. En Muñoz Alonso, A. et al. *Opinión Pública y Comunicación Política*. Madrid: EUDEMA.
- Del Orbe, K. y Santillán, J. R. (2019). Cineastas mexicanos y poder suave: Una mirada desde la prensa española. Ponencia. XXV Congreso de la Sociedad Española de Periodística. Bilbao.
- de Vreese, C. H. (2014). Mediatization of news: The role of journalistic framing. In: Strömbäck & F. Esser (Eds.), *Mediatization of politics. Understanding the transformation of western democracies* (pp. 137–155). London: Palgrave Macmillan. doi: 10.1057/9781137275844_8.
- Entman, (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- Estudio General de Medios (2018). *Datos de la 1ª. Oleada*. España.
- Kerlinger, F. (1986). *Foundations of Behavioral Research*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Igartúa y Cheng, (2009). Moderating effect of group cue while processing news on immigration. Is framing effect a heuristic process?. *Journal of Communication*, 59 (4), 726-749.
- López-Escobar, E.; Llamas, J.P y McCombs, M. (1996). Una dimensión social de los efectos de los medios de difusión: agenda-setting y consenso. *Comunicación y Sociedad*, 9 (1/2), 91-125.
- Matthes, J. (2012). Framing politics: an integrative approach. *American Behavioural Scientists*, 56 (3), 247-259.
- McCombs, M. (2005). A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism studies*, 6 (4), 543-557.
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972). The agenda setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176-187.
- Merrill, J. (1968). *The elite press. Great news papers of the world*. Nueva York: Pitman.

Rogers, E.M, y Dearing, J.W. (1988). Agenda Setting Research: Where has it been?. Where is it going?. *Communication Yearbook*, 11, 1988, 555-594.

Muñiz, C. (2015). La política como debate temático o estratégico. Framing de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital. *Comunicación y Sociedad*, 23, 67–95.

Muñiz, C., Saldierna, A. R. y Marañón, F. J. (2018). Framing of electoral processes: The stages of the campaign as a moderator of the presence of political frames in the news. *Palabra Clave*, 21(3), 740-771. DOI: 10.5294/pacla.2018.21.3.5

Nieto, A. e Iglesias, F. (1993). *Empresa Informativa*. Barcelona: Ariel Comunicación.

Noelle-Neumann, E. y Mathes, R. (1987). The ‘event as event’ and the ‘the event as news’: the significance of ‘consonance’ for media effects research. *European Journal of Communication*, 2, 391-414.

Rodrigo Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

Sádaba, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.

Santillán, J.R. (2017). México, en la prensa catalana. Colección Cuadernos de Comunicación, 24. DOI: 10.4185/cac124

Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Las recientes investigaciones en torno a los efectos de la comunicación de masas, 1970-1986*. Madrid: Ariel.

Sautu, R. (2005). *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Lumiere.

Semetko, H. & Valkenburg, P. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50 (2), 93-109.

Tankard, J.; Hendrickson, L.; Silberman, J.; Bliss, K. y Ghanem, S. (1991). Media Frames: Approaches to Conceptualization and Measurement". Ponencia presentada en Communication Theory and Methodology Division. AEJMC Convention. Boston.

Tulloch, C. (2004). *Corresponsales en el extranjero. Mito y realidad*. Pamplona: Eunesa Ediciones.

Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.

Los autores



José Ramón Santillán Buelna

Doctor en Ciencia Política por la Universidad Pompeu Fabra. Ha sido profesor en la Universidad Rey Juan Carlos, el Tecnológico de Monterrey y la Universidad Iberoamericana.

Actualmente es investigador en el Grupo de Estudios Avanzados en Comunicación (www.geac.es) y director del Observatorio de México en España.



Marina Acosta

Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina)

Doctora en Ciencias Sociales (UBA). Magíster en Comunicación (Universidad Iberoamericana Ciudad de México). Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Profesora en la Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM) y en la Universidad Nacional Arturo Jauretche (UNAJ). Miembro titular de FLACSO España.

macosta@sociales.uba.ar

Informe de Investigación No.1, octubre, 2019

ISSN : 2696-1113

Cómo citar esta investigación:

Santillán Buelna, José Ramón y Marina Acosta (2019): “El sexenio de Enrique Peña Nieto en la prensa española : *El Mundo* y *La Vanguardia*”. Informe de investigación No. 1. Julio. Observatorio de México en España. (dirección web artículo)

© Observatorio de México en España C/Clot, 35.
08018. Barcelona, España.

www.obsmex.com

2019