ObsMEX
Observatorio de México en España

Informe de investigación No.3, otoño-invierno, 2020

ISSN : 2696-1113

Primer año del gobierno de López Obrador en la prensa española:

entre la esperanza y la desconfianza

José Ramón Santillán Buelna

Diego Gómez Pickering

El Observatorio de México en España es un centro de análisis, 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 docente e investigadora tanto en España como en México.

El Observatorio 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. También realizamos talleres de métodos de investigación en ciencia política, comunicación y periodismo.

© 2020 Observatorio de México en España C/Clot, 35. 08018. Barcelona, España. http://www.obsmex.com

Informe de investigación No.3, otoño-invierno 2020

ISSN : 2696-1113

Primer año del gobierno de López Obrador en la prensa española: entre la esperanza y la desconfianza

José Ramón Santillán Buelna

Diego Gómez Pickering

Dra. Kenia R. Del Orbe Ayala

- Editora responsable e investigadora del Observatorio de México.
- Profesora asociada Universidad Rey Juan Carlos.
- Profesora asociada Universidad Complutense.

PRESENTACIÓN

Los medios de comunicación, y la prensa en particular, son importantes fuentes de datos para analizar la imagen que se proyecta de un gobernante en el ámbito internacional. A través de su discurso construyen un relato que tendrá efectos en la forma en cómo ese político será percibido –conocido y valorado- por la opinión pública internacional (Weaver, Graber, McCombs, Eyal, 1976; Saperas, 1987; Solís, J. y Acosta, M. 2015).

Este trabajo estudia el tratamiento informativo sobre el primer año de gobierno del presidente de México Andrés Manuel López Obrador en tres diarios españoles. El propósito es analizar el relato periodístico para evaluar la imagen que proyectan de la gestión del político durante el año de 2019. Concretamente, identifica: cobertura, temáticas y enfoques a partir de la recopilación de una amplia selección de noticias publicadas en *La Vanguardia*, *El País* y *El Mundo*, medios de referencia, caracterizados por una agenda informativa global que tiene impacto e influencia en las élites políticas, económicas y culturales (Merrill, 1968; Vidal Beneyto e Imbert, 1986).

Para ello realizamos un análisis de contenido (Bardin, 1996:32; Humanes, 2015) para medir las distintas variables relacionadas con las noticias sobre el mandatario mexicano en los tres medios españoles, tanto en su versión digital como de papel desde el 1 de enero al

31 de diciembre de 2019. La muestra analizada comprende 133 noticias publicadas y se obtuvieron a través de un muestreo aleatorio.

Este estudio sobre el gobierno de AMLO en España, es el tercer informe de investigación del Observatorio dedicado a examinar la imagen del país azteca en la prensa española. El primero fue *El sexenio de Peña Nieto en la prensa española* (Santillán, J,R y Acosta, M. 2019); el segundo *Presencia e imagen de México en la prensa española de referencia* (Santillán, J.R y Zuart, A. 2020).

Este trabajo sobre el primer año del gobierno de López Obrador consta de dos partes. La primera es una nota introductoria escrita por el exembajador mexicano en Reino Unido y ex Cónsul General en Nueva York Diego Gómez Pickering. En ella contextualiza los principales resultados de la investigación que relaciona con la imagen que del presidente AMLO se proyecta en los medios españoles. La segunda parte es el análisis de contenido de las noticias de *La Vanguardia*, *El País* y *El Mundo* publicadas durante el año 2019 sobre López Obrador y su gestión, realizada por José Ramón Santillán Buelna, director del Observatorio.

Es así que este texto integra dos enfoques, la de un diplomático y la de un académico, con la finalidad de tener dos aproximaciones al análisis de la imagen del presidente mexicano en la prensa española que faciliten conocer e interpretar cómo es la representación que los tres medios hacen de su primer año de gobierno.

Con la publicación de este tercer informe de investigación el Observatorio continúa con la difusión de los resultados de sus estudios que van siendo referentes para estudiantes, profesores, periodistas, funcionarios públicos y gente interesada en los estudios sobre México y los mexicanos en España en este siglo XXI.

ÍNDICE

RESUMEN 7

I. PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN

La prensa española y la Cuarta Transformación

Por Diego Gómez Pickering 8

II. SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS

AMLO en la prensa española

Por José Ramón Santillán Buelna 14

Objetivos del estudio 14

Método y muestra 15

RESULTADOS: 18

- El 21% de las noticias tratan del presidente 18
- Porcentaje mensual 19
- Relevancia informativa entre media y alta 21
- Corresponsales firman el 65,6% de las notas 22
- El 58,8% son noticias de actualidad 23
- Dominan los titulares negativos 23
- La atención periodística por áreas temáticas 25
- Asuntos de política interna 25
- Asuntos de economía 27

Asuntos de política internacional 28
Asuntos de cultura 29
Evaluación de la gestión del presidente 31
Atributos asociados a la imagen de AMLO 35
Marco emocional: entre la esperanza y la desconfianza 38
CONCLUSIONES 41
RECOMENDACIONES 45
BIBLIOGRAFÍA 47
LOS AUTORES 49
BALANCE DE DOS AÑOS DEL OBSERVATORIO 50
APÓYANOS PARA SEGUIR INVESTIGANDO 51

RESUMEN

Desde el 1 de diciembre de 2018, México vive un momento político inédito: es la primera vez que gobierna un político de un partido de izquierda. Por ello este informe de investigación tiene como objetivo el estudio de la cobertura y valoración qué hace la prensa española del primer año de gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO) desde la perspectiva teórica de la agenda *setting* y la metodología cuantitativa.

Hemos realizado un análisis de contenido a las noticias publicadas sobre AMLO en la prensa española durante el período del 1 de enero al 31 de diciembre de 2019. Para ello seleccionamos tres periódicos de referencia: *La Vanguardia*, *El País*, *El Mundo*, con el propósito de identificar número de noticias, fluctuaciones mensuales, relevancia informativa, autoría, temporalidad de los acontecimientos, valoración entre titulares y cuerpo de la noticia para determinar el grado de coincidencia.

También identificamos las temáticas tratadas, la valoración periodística de la gestión del presidente por ámbitos –política nacional, economía, política exterior y cultura- y los atributos con los que fue asociado. Por último, estudiamos el enfoque emocional para comprender cómo los diarios asociaban las emociones a la administración del gobernarte mexicano, profundizando en el examen de los sentimientos esperanza y desconfianza.

El presente trabajo también aporta una visión cualificada, del diplomático y periodista mexicano Diego Gómez Pickering, de las relaciones entre México y España, desde la perspectiva de la prensa que construye una imagen en la opinión pública española del presidente López Obrador y de su primer año de gobierno.

I. PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN

LA PRENSA ESPAÑOLA Y LA CUARTA TRANSFORMACIÓN
por Diego Gómez Pickering

A lo largo del 2019 y más allá de la irrupción del Coronavirus en Wuhan, del Brexit, de la cuestión catalana, de las negociaciones para desnuclearizar la península coreana, de la guerra comercial entre Estados Unidos y China, de los incendios en África y la Amazonia, de las perennes confrontaciones en Oriente Medio y del juicio político emprendido por el Congreso estadounidense contra Donald J. Trump; México y el gobierno encabezado por Andrés Manuel López Obrador, durante sus primeros doce meses al frente de los destinos del país, ocuparon un lugar preponderante en las secciones principales de tres diarios de referencia en España: *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*.

De acuerdo con el presente estudio, el más reciente de una serie sobre la percepción de México en la opinión pública y los medios de comunicación hispanos que inició el Observatorio de México en España a la par de su creación en Barcelona como espacio académico para el debate analítico sobre la imagen de México en España, la proyección del poder suave mexicano y la migración y comunidad mexicana en la nación europea; la llamada Cuarta Transformación, durante su primer año como gobierno, ha sido cubierta con detenimiento desde la trinchera periodística española, siempre con acucioso y compartido interés, por parte de redacciones, corresponsalías y lectores.

El más reciente análisis noticioso del Observatorio, coordinado por el investigador José Ramón Santillán Buelna, lleva por título "Primer año de gobierno de López Obrador en la prensa española: entre la esperanza y la desconfianza", y presenta un detallado estudio de

contenido de las noticias publicadas sobre el mandatario mexicano y su país en los diarios ibéricos citados, entre el 1º de enero y el 31 de diciembre del año 2019.

Entre los indicadores que se tomaron en cuenta para el presente análisis se encuentran el número de noticias sobre el presidente y/o sobre México, las fluctuaciones mensuales de las mismas y su relevancia informativa, la autoría de las notas, la temporalidad de los acontecimientos reportados en dichos artículos y la valoración entre titulares y cuerpo de la noticia. Todo ello con el fin ulterior de determinar el grado de coincidencia de las noticias con el objetivo del estudio: cuantificar el grado de cobertura y dilucidar la valoración de esta, realizados por la prensa española durante el primer año de gobierno de Andrés Manuel López Obrador.

Si algo confirma este estudio analítico es que en España y para la prensa española, México y el gobierno de AMLO interesan e importan, y mucho. En primer lugar, porque las noticias que hacen referencia a México y, quizá en menor medida, a su actual gobierno, fueron una constante a lo largo de todo el 2019, según los resultados arrojados por el estudio. No hubo mes o semana del periodo que abarca el estudio y de los que se tomaron como base para el análisis, en la que no destacase alguna noticia vinculada con el país o con su presidente en turno.

En segundo lugar, porque los tres periódicos elegidos para el estudio son los tres más leídos en el país europeo, tanto en sus versiones en papel como electrónicas, de acuerdo con el más reciente estudio general de medios de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación de España, mejor conocida por sus siglas, AIMC. Claro ejemplo de ello es que en el muestreo realizado por el Observatorio de los contenidos en físico y web de cada uno de dichos diarios, la presencia de información y de artículos de opinión vinculados con

México y con López Obrador, fue constante durante el 2019. Y, en tercer lugar, porque la gran mayoría de las noticias que reportan los diarios que nos ocupan sobre López Obrador y el país -71,3% del total de las notas analizadas-, son de autoría propia, firmadas por los respectivos corresponsales de dichos medios en México y América Latina, y no cables noticiosos de agencias o terceros -solo el 27,2% de las noticias abarcadas-. Esto habla, en suma, de la relevancia que tales periódicos otorgan a su cobertura sobre nuestro país y su gobierno.
Del total de notas analizadas para el estudio, menos de una tercera parte -el 21% del total- se enfoca en el presidente y/o en el gobierno de la Cuarta Transformación, la parte restante aborda noticias vinculadas con México en las que no hay una mención específica al gobierno federal o al primer mandatario.

Estos resultados confirman que, si bien en los medios de comunicación españoles se ha dado seguimiento puntual al nuevo gobierno mexicano, el grueso de la cobertura noticiosa gira en torno a temas coyunturales que no se relacionan directamente, en el cuerpo de la nota, con el gobierno en turno.

El estudio nos revela que la mayor concentración de reportes noticiosos en España sobre el gobierno de la Cuarta Transformación se registra en tres momentos clave de ésta, a lo largo del periodo que abarca el análisis del Observatorio: los primeros cien días del gobierno de AMLO -febrero y marzo de 2019-, el balance del primer aniversario del triunfo en las urnas del partido Morena -julio de 2019-, y el otorgamiento de asilo político a Evo Morales -noviembre de 2019-.

Resulta relevante anotar que, de la totalidad de noticias analizadas por el Observatorio en el presente estudio -133-, más de la mitad de éstas -un 60%, para ser precisos- corresponden al diario del Grupo Prisa, *El País*; un

número considerablemente superior al de los otros dos diarios, 24,8% en el caso de *La Vanguardia* y 15% por lo que toca a *El Mundo*. Estas cifras subrayan la importancia e incidencia que tiene y, previsiblemente, tendrá *El País* durante los años de gobierno de López Obrador, en cuanto a la imagen que se proyecte del político y de su administración en la opinión pública española e hispanohablante. Esto se explica en cierta medida por el crecimiento exponencial que ha registrado la corresponsalía en la Ciudad de México del citado diario a lo largo de los últimos cinco años y por el creciente número de suscriptores mexicanos de *El País*, lo que no sólo ha llevado a cimentar la existencia de una edición mexicana del periódico sino, necesariamente, a ampliar la cobertura que los equipos periodísticos y editoriales del medio realizan sobre la actualidad de México.

El estudio del Observatorio de México en España, sobre el primer año de la Cuarta Transformación en el gobierno, además de identificar las temáticas más recurrentes en la cobertura de México y de su actual administración por parte de los diarios españoles consultados, también desglosa la valoración periodística de la gestión de López Obrador en cuanto a temas como política exterior, política nacional, cultura y economía, y los atributos a los que el primer mandatario es asociado como resultado de ello. De acuerdo con los resultados que arroja el estudio, al mandatario mexicano la prensa española le ve firme, trabajador, dialogante y empático, aunque califica su primer año de gestión de forma ambivalente; pues un 44,3% de las notas analizadas la valoran de forma negativa y un 39,8% de forma positiva.

En particular, resulta interesante el análisis que el estudio provee del marco emocional utilizado por los medios impresos escrutados al publicar noticias sobre México y el gobierno encabezado por el partido Morena. El estudio muestra que a lo largo del primer año de gobierno de

AMLO la prensa española realizó una cobertura que casi a mitades califica a la Cuarta Transformación como portadora de esperanza o ilusión (45,6%) y de desconfianza, enfado, tristeza o antipatía (54,4%). Dicha valoración parte de los titulares de las noticias publicadas y el uso que en ellos y en el contenido de las mismas, se da a palabras que hacen referencia a estados anímicos, sean estos de tendencia positiva -esperanza- o negativa -desconfianza, enfado, tristeza o antipatía-. Mientras que el anuncio de programas sociales por parte del nuevo gobierno en los meses iniciales de su gestión, enero y febrero, tiende a vincularse dentro de las noticias analizadas con un marco emocional de "esperanza"; las noticias en torno al primer año del triunfo en las urnas, julio y agosto, muestran una tendencia analítica dentro del marco emocional de "desconfianza".

Como nos demuestran las conclusiones del presente informe, el interés de la prensa española por el acontecer en México y por la gestión del gobierno encabezado por Andrés Manuel López Obrador es agudo y constante. La importancia que los diarios españoles consultados otorgan al mandatario mexicano en términos de la extensión de las noticias en número de palabras y recursos infográficos es de una relevancia periodística media y alta; el 75,6% de las noticias publicadas son de una relevancia media y alta: las noticias tienen entre 500 y más de 1000 palabras, acompañadas de fotografías e ilustraciones. Los tres periódicos que comprenden el presente estudio tienen una presencia directa y copiosa en México, a través de corresponsales, editores, periodistas y redactores. Y su cobertura de la actualidad mexicana y del presidente no se limita a eventos y/o a coyunturas, sino que incluye un análisis sesudo y atemporal.

Si algo nos enseña el análisis del Observatorio de México en España sobre la cobertura mediática hispana durante

el primer año de gobierno de López Obrador, es que el interés periodístico y noticioso en Madrid y Barcelona sobre el devenir mexicano se mantiene e, incluso, fortalece con los años. Que su percepción sobre la nueva administración es inquisitiva pero escéptica y que, desafortunadamente, el grueso de la opinión pública y la información que sobre México se genera en España continúa siendo abrumadoramente monotemática, como sucedía en gobiernos anteriores, con más de la mitad de las noticias -el 60,2%- centrándose en temas de política interna, entre los que destacan la seguridad, la corrupción, el narcotráfico, los derechos humanos y la inmigración; y sólo una proporción muy tangencial, abordando temas económicos -11,7%- y/o culturales -4,5%-.

He aquí quizás el principal reto de México y del presidente Andrés Manuel López Obrador en términos de percepción e imagen en España, lograr romper con patrones que se afanan en encasillar a México en un ciclo noticioso monotemático, siendo que la cobertura informativa del país podría dar para mucho más.

En este sentido, un trabajo proactivo, por parte del gobierno mexicano, que busque generar más contenidos y con mayor diversidad sobre sus acciones y prioridades en materia de política pública y de política exterior, pero también sobre temáticas de índole económica y cultural es recomendable. Como demuestra el estudio, este tipo de temas se valoran, mayoritariamente, en términos positivos, aunque a la fecha compongan un porcentaje mínimo de la cobertura mediática sobre México.

A partir de una relación más estrecha con los equipos periodísticos de los periódicos españoles, en un futuro de mediano plazo se podría diversificar la cobertura mediática que realizan y, eventualmente, incidir positivamente en la percepción que dichos medios transmiten sobre el país y su gobierno.

2. SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS

AMLO EN LA PRENSA ESPAÑOLA

Por José Ramón Santillán Buelna

Objetivos del estudio

El objetivo principal de este estudio es analizar la cobertura y valoración del presidente Manuel Andrés López Obrador (AMLO) que hicieron tres periódicos españoles de referencia: *La Vanguardia*, *El País* y *El Mundo* durante 2019, primer año de gobierno del mandatario mexicano.

Objetivos específicos.

1) Cuantificar la cobertura periodística anual y mensual sobre el presidente.

2) Conocer la relevancia que los diarios otorgan a la noticia, medida en la extensión de la noticia en número de palabras y uso de fotografías e ilustraciones.

3). Describir la autoría y temporalidad –grado de actualidad- de las noticias.

4) Evaluación de titulares y de la noticia completa.

5) Determinar áreas y temáticas principales de las noticias.

6) Valorar la gestión del presidente en cuatro ámbitos: política nacional, economía, política internacional y cultura.

7) Identificar los principales atributos con los que la prensa asocia a AMLO.

8) Estudiar el marco emocional en los titulares con el que se vincula al presidente y profundizar en los que incluyen el sentimiento de esperanza/ilusión y desconfianza

Método y muestra

Realizamos un análisis de contenido (Bardin, 1996:32) para medir las distintas variables relacionadas con las noticias sobre el político mexicano en los tres diarios españoles. Los medios seleccionados son de información general y de referencia, caracterizados por una agenda informativa global que tiene impacto e influencia en las élites políticas, económicas y culturales (Merrill, 1968; Vidal Beneyto e Imbert, 1986; Rodríguez Polo, 2014).

También son los tres medios de prensa más leídos tanto en su versión de papel como en su web. El Estudio General de Medios[1] apuntaba que tenían los siguientes lectores: *La Vanguardia* (549.000); *El País* (1.013.00), *El Mundo* (671.000). Y en su versión online sus usuarios únicos eran, en millones, lavanguardia.com (19,1), elpais.com (20,9), elmundo.es (21)[2].

La muestra analizada comprende 133 noticias publicadas sobre el mandatario mexicano en estos tres periódicos en su edición digital durante el año de 2019. Las informaciones se obtuvieron a través de un muestreo aleatorio, se seleccionaron dos semanas por mes para cada diario. Por *noticia sobre AMLO* entendemos informaciones que hacen referencia al *presidente y a su Gobierno, también llamado "Cuarta Transformación" (4T).*

En el análisis de los titulares consideramos el antetítulo, el título y subtítulo que resumen la idea principal de la

[1] AIMC (2019) "Estudio General de Medios" en AIMC: http://aimc.es. (fecha de consulta: 22 de febrero de 2020).
[2] Fuente: CommScore MMx , 2019.

información y definen el enfoque u orientación que el medio otorga al acontecimiento presentado (Van Dijk, 1990).

El protocolo de análisis de contenido[3] estaba formado por tres grandes bloques. El primero ha permitido obtener una serie de datos identificativos sobre las noticias como el periódico, la fecha, relevancia de la pieza[4], la autoría y temporalidad, el titular y su valoración. La segunda sección es el estudio de los temas de las noticias relacionados con López Obrador. Se han clasificado en cuatro grandes áreas: 1. Política nacional. 2. Política internacional. 3. Economía/negocios. 4. Cultura. Después, se agruparon en 30 temáticas. Por su parte, el tercer módulo se ha ocupado del estudio de la valoración periodística que recibe el presidente y su gestión -en valores de neutro, positivo y negativo-, primero de forma global y después por áreas temáticas.

También identificamos el enfoque emocional considerando las siguientes categorías: una positiva: 1. Alegría; y cuatro negativas: 1. Enfado; 2. Antipatía; 3. Tristeza; 4) Desconfianza.

El trabajo de campo y la codificación fue realizado por el equipo del Observatorio de México, y el procedimiento de recopilación se ha basado en búsquedas selectivas a través de los buscadores de los diarios.

---

[3] El protocolo de análisis de contenido fue elaborado por el equipo de investigadores del Observatorio de México en España que lo han aplicado en numerosos estudios sobre las relaciones entre prensa internacional e imagen país (Santillán, J.R 2017; Del Orbe-Ayala, K.R. 2018; Santillán, J.R. y Del Orbe-Ayala, K.R 2019; Santillán, J.R. y Acosta, M. 2019).

[4] Con las siguientes categorías: baja: notas de un máximo de 500 palabras y sin fotografía; media: entre 500 y 1000 palabras, con una fotografía e ilustración; alta: más de 1000 palabras, fotografías e ilustraciones.

Para garantizar la fiabilidad de la codificación utilizamos la fórmula de Holsti para codificar un 10% de la muestra y obtuvimos un 0.85%, lo que indica un nivel de fiabilidad aceptable.

RESULTADOS

El 21% de las noticias tratan del presidente

Se publicaron un total de 133 noticias que trataban sobre el gobierno de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) en los tres diarios analizados (Figura 1). Destaca *El País* con 80. Luego, *La Vanguardia* con 33, y por último, *El Mundo* con 20 textos.

Para contextualizar el peso informativo que el presidente y su gestión tienen en los diarios, estas 133 noticias representan el 21% de toda la presencia informativa de México en España en 2019[5]. Dicho de otro modo, de cada 100 noticias sobre la presencia azteca en los tres medios, 21 se referían a AMLO y su Gobierno, también conocido como la "Cuarta transformación" (4T).

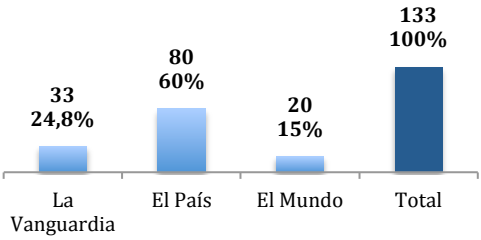
Los datos también señalan que *El País* publica el 60% de las noticias, *La Vanguardia* el 24,8% y *El Mundo* el 15%. Estas cifras ponen de manifiesto que de cada 10 noticias sobre el Gobierno mexicano, seis aparecen publicadas en el diario del Grupo Prisa y por lo tanto, este medio tendrá una mayor incidencia en la imagen que se proyecte del político y de su administración[6] en la opinión pública española e hispanohablante por sus características de diario de referencia en español.

---

[5] Este dato aparece en el estudio "Presencia e imagen de México en España" que registra 620 informaciones sobre México en los tres diarios que durante el año de 2019 (Santillán, J.R. y Zuart, A, 2020)

[6] El predominio de *El País* se explica con los recursos del diario y con la oficina en la Ciudad de México con 20 periodistas que cubren la actualidad del país y coordinan la Edición América.

Figura 1. Número y porcentaje de noticias sobre AMLO por diario



Fuente: elaboración propia Obsmex.

Porcentaje mensual de noticias

El análisis de la distribución mensual de las noticias sobre AMLO y su Gobierno ofrecen tres momentos importantes: (1) los primeras 100 días de su gestión, (2) el balance de su primer año de gobierno y (3) la concesión de asilo a Evo Morales, exmandatario de Bolivia y la aprehensión fallida del hijo de El Chapo.

Como puede verse en el Figura 2, el primer momento de mayor porcentaje de noticias se da durante los tres primeros meses del año. En enero y febrero, aparecen informaciones relacionadas con medidas para controlar la inseguridad en el país, acabar con el robo de gasolina, la creación de la Guardia Nacional, bajar el sueldo de los funcionarios, y la puesta en marcha de programas sociales. También en febrero los medios españoles destacan la visita a México del presidente español, Pedro Sánchez y la reunión con AMLO.

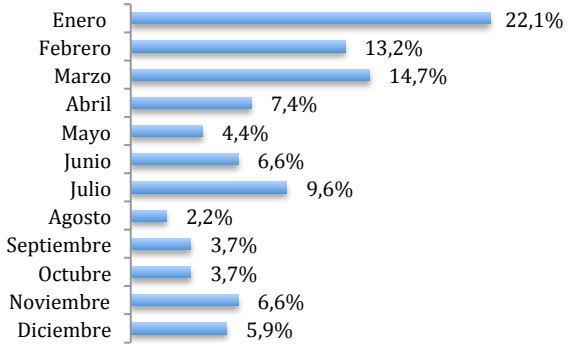
En marzo, la carta enviada por López Obrador al rey Felipe VI de España - para pedir una disculpa por los

abusos cometidos contra los indígenas durante la Conquista- fue el tema que centró el interés informativo.

El segundo momento con el 9,6% tuvo lugar en julio, las informaciones registradas corresponden al primer aniversario de la victoria electoral de López Obrador y sobre la dimisión del secretario de Hacienda, Carlos Urzúa. Por último, en noviembre se observa un 6,6% que se corresponde con noticias sobre la decisión del Gobierno mexicano de conceder asilo al exmandatario boliviano Evo Morales y notas sobre la fallida captura del hijo de El Chapo Guzmán donde el presidente mexicano admitía que había ordenado su liberación.

La publicación mensual de noticias se desarrolla en términos de "normalidad" informativa, es decir, de funcionamiento típico de las rutinas periodísticas, cuando hay asuntos que tienen interés se cubren, cuando baja la importancia, se da menos atención.

Figura 2. Porcentaje mensual de noticias



Fuente: elaboración propia Obsmex.

Una relevancia informativa entre media y alta

La Figura 3, refleja que las noticias sobre el presidente López Obrador y su Gobierno tuvieron como dato principal una relevancia informativa media del 51,9%. Esto es que un poco más de la mitad de las noticias tenían una extensión de entre 500 y 1000 palabras, una fotografía e ilustración. Por lo que respecta, al valor alto, este concentra el 25,5%. La suma de estos dos datos (77,4%) nos habla de una prioridad que dan los diarios a la cobertura del presidente mexicano, reflejada en textos de entre 500 y más de 1000 palabras, fotografías e ilustraciones para destacar las informaciones.

La categoría baja relevancia 22,5% (30 noticias), indica de que de cada 10 publicadas, eran de menos de 500 palabras y sin fotografía. Sin embargo, prevalece el dato que señala que los medios dedican un importante esfuerzo para resaltar las noticias con palabras, imágenes e infografía del político mexicano.

Figura 3. Relevancia informativa

	La Vanguardia	El País	El Mundo	**Total %**
Baja	25 18,8%	1 0,75%	4 3%	30 22,5%
Media	8 6%	50 37,6%	11 8,2%	69 51,8%
Alta	0	29 21,8%	5 3,6%	34 25,5%
Total				**133** **99,8%**

Fuente: elaboración propia Obsmex.

Por periódicos, *El País* destaca en la publicación de más noticias de relevancia media y alta (50, 29) que *El Mundo* (11 y 5) y *La Vanguardia* (8 y 0). Por otro lado, este diario

fue el que menos espacio y fotografías destinó a la cobertura del presidente, 25 de las 30 noticias que publicó fueron de baja relevancia informativa.

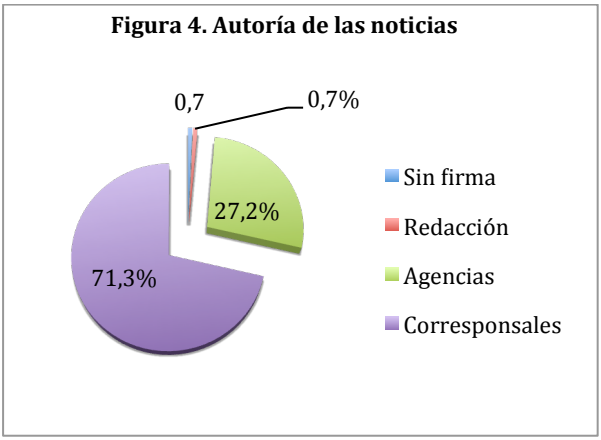
Los corresponsales firman el 71,3% de las notas

La Figura 4 señala que en la autoría de la información predomina el trabajo de los corresponsales 71,3%, sigue el de las agencias 27,2% y después las noticias de la redacción y sin firma, ambas con el ,7%.

Por diarios, *El País* y *El Mundo* se apoyan principalmente en sus corresponsales y *La Vanguardia* en agencias, sobresalen las notas firmadas por periodistas de Efe.

El que casi tres cuartas partes de las noticias fueron escritas por un periodista que informaba desde México, habla de una considerable importancia que otorgan los medios para destinar recursos a la cobertura del político azteca.

Figura 4. Autoría de las noticias



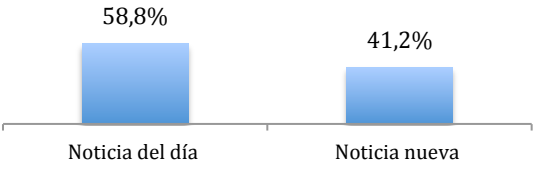
Fuente: elaboración propia Obsmex.

El 58,8% son noticias de actualidad

En la cobertura de AMLO en la prensa española predominan las noticias de actualidad (58,8%) Figura 5. Es decir, de acontecimientos –ocurridos en las últimas 24 horas.

Otro dato importante, el 41,2% son noticias de temáticas nuevas o se profundiza en alguna de la que ya se ha informado. Esta dato muestra que a la hora de abordar la información sobre el presidente, *El País* y *El Mundo*, apuestan por desarrollar un trabajo que profundiza en noticias de las que ya se ha informado o propone nuevas temáticas que permita a sus audiencias contar con más elementos para contextualizar el acontecimiento.

Figura 5. Temporalidad de la noticia



Fuente: elaboración propia Obsmex.

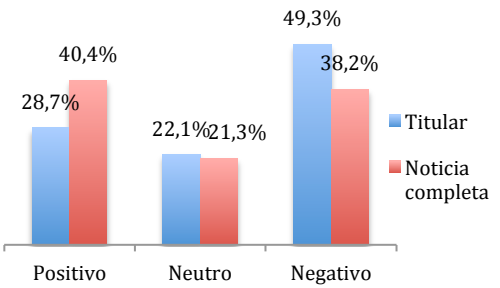
Dominan los titulares negativos

En la Figura 6, en primer lugar destaca que el 49,3% de los titulares tienen una valoración negativa, la positiva el 28,7% y la neutra 22,1%. Esto significa que la mitad de los encabezados sobre AMLO y su Gobierno reciben un tratamiento desfavorable que tendrá consecuencias en la manera en cómo es percibido por la opinión pública española, considerando que en muchas ocasiones los

titulares son la única referencia informativa que tienen los lectores (Francescutti, 2009).

En segundo lugar, cuando comparamos la valoración del titular con la noticia completa vemos importantes diferencias. Las connotaciones positivas pasan del 28,7% al 40,4%, una diferencia de 11,7%. También observamos que las tendencias negativas disminuyen al 38,2%, una diferencia de 11,1%. En cuanto, a las evaluaciones neutras no presentan cambios significativos pasan del 22,1% al 21,3%.

Figura 6. Valoración titular y noticia completa



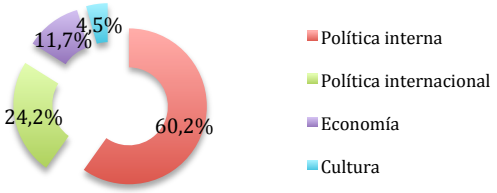
Fuente: elaboración propia Obsmex.

Las diferencias entre la valoración del titular y de la noticia revelan que hay un predominio con enfoque negativo que no coincide con el tratamiento que se da al cuerpo de la noticia. Este dato es importante porque desde el encabezado se define una carga negativa hacia AMLO, que disminuye cuando se lee la información completa.

La atención periodística por áreas temáticas

Destacan las noticias de política interna (60,2%) sobre las de política internacional (24,2%), economía (11,7%) y cultura (4,5%), Figura 7. Es así que la gestión de los problemas domésticos son los que mayor interés tuvieron en la cobertura de AMLO que hicieron los tres diarios españoles.

Figura 7. Áreas temáticas de las noticias



Fuente: elaboración propia Obsmex.

Asuntos de política interna

Los principales temas de política interna que han protagonizado las informaciones son las políticas de seguridad (29,2%) con noticias sobre medidas para atajar la violencia en el país como el despliegue del Ejército y La Marina o la creación de la Guardia Nacional. También notas que tratan del aumento de asesinatos y desapariciones de personas que se relacionan con las medidas del Gobierno para garantizar la seguridad ciudadana, Figura 8.

Siguen noticias sobre la lucha contra la corrupción (18,2%). Aquí tienen relevancia los casos abiertos contra funcionarios de la pasada administración y de miembros

de Pemex. Los diarios también reseñan el plan de austeridad del presidente que reduce el 50% de los sueldos públicos como forma de eliminar privilegios en el gobierno. Por último, tienen una presencia importante las informaciones del control gubernamental de la distribución y precios de la gasolina para combatir el robo del combustible.

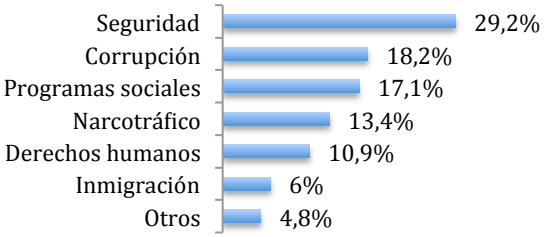
La temática programas sociales (17,1%) está relacionada con acciones para brindar pensiones, becas y ayudas a grupos desfavorecidos como gente mayor, estudiantes y mujeres maltratadas.

Otras cuestiones de interés en política nacional fueron el combate al narcotráfico (13,4%), los derechos humanos (10,9%) y la inmigración (6%). El primero vinculado con las decisiones gubernamentales para luchar contra los carteles de la droga (de la estrategia del "abrazos no balazos" a utilizar a la Marina). Las derechos humanos se refieren a la falta de políticas por parte del Ejecutivo para proteger la vida de periodistas, activistas sociales y el asesinato y desaparición de mujeres (feminicidios).

Las noticias sobre inmigración están vinculadas a la postura del presidente mexicano de garantizar la seguridad de los miembros de la caravana migrante, el grupo de centroamericanos que tienen que cruzar el país para llegar a Estados Unidos.

Por último, el 4,8% agrupa otras temáticas como la relación del presidente con su partido Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), con los gobernadores o con miembros de los partidos políticos de oposición.

Figura 8. Asuntos de política interna



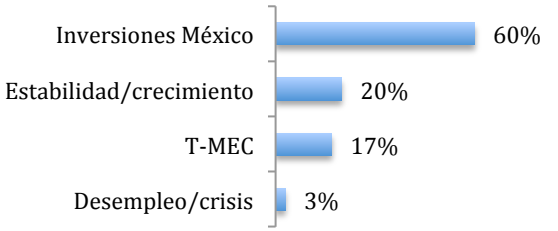
Fuente: elaboración propia Obsmex.

Asuntos de economía

Las referencias más relevantes (60%) son declaraciones del presidente para incentivar la inversión extranjera en México, principalmente estadounidense y española. Las informaciones también tratan de iniciativas del Gobierno para estimular los negocios en el país como la inyección de recursos a Pemex y el inicio de la construcción del nuevo aeropuerto internacional. Además de noticias sobre la firma del nuevo tratado comercial entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC) y de la estabilidad/crecimiento económico del país.

Por último, desempleo/crisis tienen una presencia periodística del 3%.

Figura 9. Asuntos económicos



Fuente: elaboración propia Obsmex.

Asuntos de política internacional

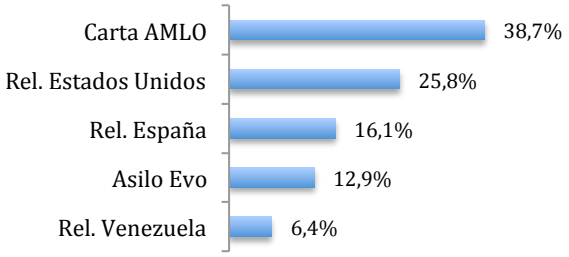
En política exterior, la carta que el presidente mexicano envió al rey Felipe VI para solicitar una disculpa española por los abusos cometidos contra los indígenas durante la Conquista, fue el tema que suscitó más interés, 38,7%. Si sumamos el 16,1% de la temática relación con España, representan más de la mitad -54,8%- de todas las noticias internacionales que tienen como protagonista a López Obrador, Figura 10.

La relación con Estados Unidos es otro tema con el que se encuentra muy vinculada informativamente la política internacional mexicana, ocupa el 25,8% de la cobertura. Aquí tuvo presencia las declaraciones de López Obrador y Trump en asuntos como la construcción del muro, los acuerdos comerciales, como el T-MEC, o pedir al Gobierno mexicano el control de la llegada de migrantes centroamericanos a Estados Unidos.

Otros asuntos internacionales de interés donde aparece mencionado AMLO, la concesión de asilo al exmandatario de Bolivia, Evo Morales con un 12,9% y la relación con Venezuela con un 6,4% de las noticias, se informó sobre el papel de México como país mediador para buscar una

solución al conflicto entre el presidente Nicolás Maduro y Juan Guaidó.

Figura 10. Asuntos de política internacional



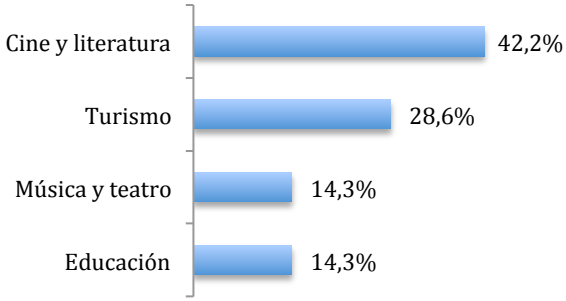
Fuente: elaboración propia Obsmex.

Asuntos de cultura

Los temas culturales tienen poco peso periodístico en el cómputo global de la información relacionada con el ejecutivo mexicano. Casi la mitad de las noticias se refieren a temas de cine y literatura, por ejemplo, la felicitación del presidente para Alfonso Cuarón por su triunfó en los Oscar por la película "Roma", o sobre la editorial pública Fondo de Cultura Económica para que editará libros sobre la Independencia de México o la entrega de premios de Arte y Ciencia, Figura 11.

Con respecto al tema del turismo que ocupa el 28,6% son notas sobre la estrategia del presidente para impulsarlo a nivel nacional. Finalmente, las noticias de música y teatro; educación y turismo tienen porcentajes del 14,3% cada una.

Figura 11. Asuntos de cultura

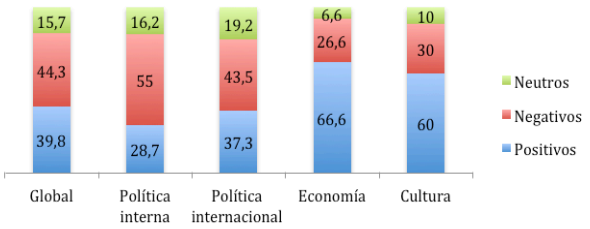


Fuente: elaboración propia. Obsmex.

Evaluación de la gestión del presidente

En la Figura 12 vemos que la valoración global en la prensa para la gestión del Presidente López Obrador es más negativa (44,3%) que positiva (39,8%). Los valores neutros representan el 15,7%.

Figura 12. Evaluación gestión AMLO



Fuente: elaboración propia Obsmex.

El análisis por áreas temáticas muestra los siguientes resultados:

1. En el ámbito de política interna la valoración es negativa (55%). Este dato se relaciona con informaciones que cuestionan la falta de resultados por parte de la administración de López Obrador para acabar con la inseguridad, la lucha contra el narcotráfico y la protección de los derechos humanos de periodistas, activistas, mujeres y migrantes centroamericanos. Asimismo los diarios criticaron el fallido operativo para detener al hijo de "El Chapo" Guzmán, el aumento de la violencia en el país y la desaparición de mujeres donde se cuestionaba la estrategia del gobierno para garantizar su seguridad.

Aunque algunas decisiones presidenciales obtuvieron valoraciones positivas en la prensa como los programas

sociales (becas, créditos, pensiones), el combate a la corrupción, principalmente el robo de gasolina y la política de austeridad -para reducir el salario de altos funcionarios-, así como implementar un plan para evitar el uso de la fuerza contra la caravana migrante y ofrecer permisos de estancia temporal y empleo. Sin embargo, el balance periodístico es más negativo que positivo para la administración de López Obrador en el ámbito de los asuntos internos del país.

Segundo, en la dimensión económica la valoración predominante es positiva 66,6% y se basa principalmente en acciones del presidente para promover la inversión nacional y extranjera: inyectando capital a Pemex, la generación de obra pública como la construcción del Tren Maya. El tema del crecimiento económico del país recibe valoraciones tanto positivas como negativas, los medios resaltan la estabilidad de la economía y el valor del peso frente al dólar, otros destacan que decisiones como la cancelación del nuevo Aeropuerto Internacional de México desmotivarían las inversiones extranjeras.

Tercero, la gestión de los asuntos internacionales es negativa (43,5%). Las valoraciones se encuentran vinculadas a la relación con Estados Unidos, España y Venezuela. La prensa criticó que se utilizara la Guardia Nacional, institución creada para combatir el crimen organizado, para detener la llegada de migrantes centroamericanos a Estados Unidos. De igual manera, el asesinato de periodistas y mujeres afecta la imagen internacional del presidente López Obrador porque el enfoque noticioso relaciona los crímenes con la ineficacia del Ejecutivo para proteger a los comunicadores de agresiones cuando realizan su trabajo y a las mujeres de la violencia ejercida contra ellas.

Con España, la carta que envió el presidente mexicano al rey Felipe VI produjeron tres interpretaciones periodísticas. (1) De rechazo. En los medios prevalecieron las posiciones oficiales de la Casa Real, del Gobierno y del Partido Socialista que rechazaban la petición de López Obrador; (2) AMLO, un gobernante populista. Las reacciones de los miembros de los partidos políticos de derecha (Partido Popular, Ciudadanos y Vox) quienes defendían la actuación de los conquistadores y definían a López Obrador como un líder populista; (3) De apoyo. Los medios también destacaron que Podemos, partido de izquierda, era la única agrupación que apoyaba la petición del presidente y que estaba dispuesta a disculparse por los abusos españoles cometidos durante la Conquista.

Por último, la prensa de igual modo apoyó como censuró la decisión del presidente mexicano de seguir reconociendo el gobierno de Nicolás Maduro y no respaldar a Juan Guaidó quien se proclamó "presidente encargado" del país.

El 37,3% de valores positivos en la prensa para la política internacional de AMLO principalmente se encuentra relacionada con la concesión de asilo a Evo Morales. Esta decisión, atribuible al presidente Manuel López Obrador y su equipo, principalmente, al trabajo del canciller Marcelo Ebrard, recordó que el asilo es una tradición diplomática del país. Todo esto fue enfatizado positivamente por la prensa española, que México, en consonancia con su política exterior, garantiza el asilo a perseguidos políticos y es un país hospitalario.

La evaluación favorable en materia de política exterior se vio reforzada con la firma de los cambios del tratado comercial entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC). Fue visto por la prensa como una forma de impulsar el crecimiento en el país que sirvió para

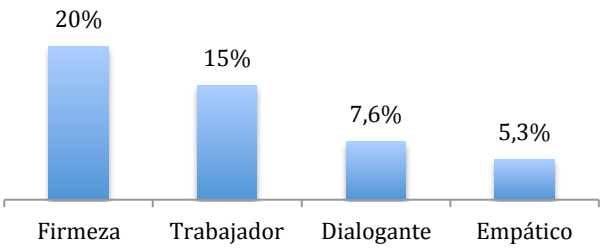
proyectar la disposición del gobierno mexicano para llegar acuerdos comerciales con sus principales socios del continente americano.

Cuarto, la evaluación de la gestión de los asuntos culturales es positiva. Los valores positivos son para iniciativas presidenciales sobre la promoción del turismo en el país, son bien recibidas en la prensa, en cambio, se crítica cierto desinterés del mandatario por la cultura.

Atributos asociados a la imagen de AMLO

Firmeza, trabajador, dialogante y empático son los principales atributos con los que el presidente mexicano fue presentado en la cobertura que hicieron los tres diarios. El análisis de los 133 textos muestra que en el 65 de ellos, el 48,8% hay alguna de estas referencias (Figura 13).

Figura 13. Atributos de AMLO



Fuente: elaboración propia.

Primero, destaca el de firmeza en el 17% y está presente en titulares, como la gestión del robo de combustible: "López Obrador defiende su plan contra el robo de gasolina" (EP,14/1/2019); vinculado con señalar la corrupción en contratos públicos: "El presidente de México señala a firmas extranjeras por incumplir contratos" (LV,12/2/2019).

También en encabezados que defienden la política de no injerencia mexicana: "Pedro Sánchez no consigue sumar a México al Grupo Internacional sobre Venezuela" (EM, 30/1/2019); o en las medidas que aplica el Gobierno: "López Obrador defiende su política migratoria tras detener a 400 migrantes centroamericanos" (EP, 23/4/2019).

En segundo lugar, la cualidad de trabajador, entendida como una persona que toma decisiones. Así, por ejemplo, la encontramos en los siguientes encabezados: "El Gobierno pone en marcha un plan para buscar a 40.000 desparecidos" EP,2/4/2019); Gobierno de López Obrador propone un organismo nacional para coordinar los trabajos periciales (sobre los desparecidos) en los 32 estados" (EP,7/2/2019); "Gobierno de México anuncia paquete de 5.555 millones de dólares para Pemex (LV, 15/2/2019); "López Obrador pone en marcha su plan para rescatar a Centroamérica de la crisis migratoria" (EM,21/6/2019).

En tercer lugar, se generaron 6,6% de titulares sobre la capacidad de diálogo del presidente. Con respecto a la crisis política en Venezuela: "Presidente mexicano insiste en que solución en Venezuela pasa por el "diálogo" (LV, 8/2/2019); La polémica desatada por la carta que envió al rey Felipe VI de España: "AMLO propone a España un grupo para que haga un relato de la Conquista" (LV, 26/3/2019); En la relación con los empresarios: "López Obrador tiende puentes con los empresarios tras meses de ataques" (EP,19/2/2019) o en las disputas económicas con Estados Unidos: "López Obrador: se impuso el político sobre la confrontación" (EP, 9/672019).

Por último, la empatía con el 5,3% destaca en titulares sobre la visita del presidente español a México: "Canciller mexicano destaca afinidad política entre López Obrador y Pedro Sánchez" (LV,30/1/2019); "López Obrador y Sánchez buscan profundizar la sintonía política que los une" (LV,27/1/2019).

También aparece la empatía del presidente asociada a la política migratoria: "AMLO implica por primera vez a migrantes en la acción de Gobierno" (EP,21/3/2019) o "México abre las puertas a la caravana migrante. En un

gesto histórico, El Gobierno de López Obrador ha ofrecido permisos de residencia" (EP,18/1/2019) o sobre el tema de derechos humanos: "El Gobierno se disculpa, 14 años después, por violar los derechos humanos de la reportera Lydia Cacho" (EP,10/1/2019).

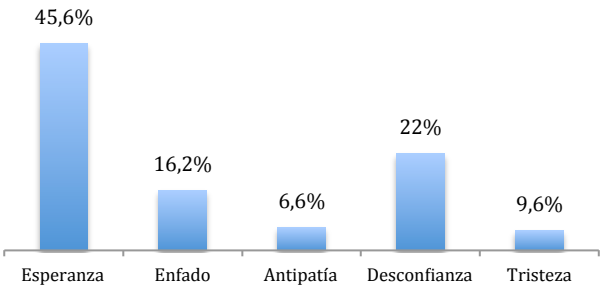
Marco emocional: entre la esperanza y la desconfianza

En relación con el marco emocional los diarios transmiten del presidente López Obrador más emociones negativas, 54,4% que positivas 45,6%.

En la Figura 14 vemos que el enfoque emocional positivo de esperanza está presente en el 45,6% de los textos periodísticos. Mientras que en el 22% de las noticias publicadas se promueve el sentimiento de desconfianza, el enfado en el 16,2%, en el 9,6% la tristeza y la antipatía en el 6,6%.

Esta valoración empieza desde los titulares con el uso de palabras y referencias que apelan a estados de ánimo desfavorables. También está determinada por el tipo de temáticas de las noticias sobre el presidente mexicano, los asuntos de política nacional –inseguridad, corrupción, narcotráfico- y los de política internacional –carta enviada al rey Felipe VI- generan más sentimientos negativos (desconfianza, tristeza, enfado); los de economía y cultura se asocian a sentimientos positivos (alegría).

Figura 14. Enfoques emocionales



Fuente: elaboración propia.

La Figura 15 muestra las fluctuaciones registradas en los textos periodísticos de los marcos emocionales de la esperanza y la desconfianza en la información sobre el presidente mexicano durante el año de 2019, observándose dos cuestiones interesantes:

1. La emoción de esperanza vinculada con el gobierno de López Obrador tiene en cuatro meses -enero, febrero, marzo y noviembre- sus valores más altos 11%, 7%, 5,4%, 4,4% respectivamente. En los demás meses obtiene valores que dan una media 2% y en octubre no tiene ninguna referencia.

Los valores altos coinciden con acontecimientos que reciben una importante atención de la prensa. En los tres primeros meses del año se relacionan con las medidas del Gobierno para combatir el robo de gasolina, luchar contra la corrupción, reducir sueldos de altos funcionarios y la puesta en marcha de programas sociales. Es en este período donde se publican más referencias a la esperanza o ilusión.

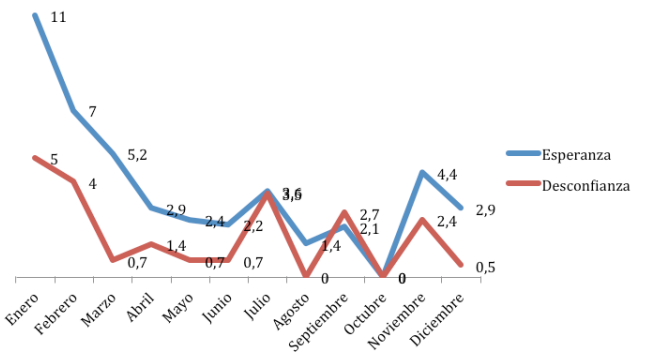
En noviembre, la concesión de asilo a Evo Morales es la noticia con la que más se asocia el marco positivo de esperanza. Aunque también aparecen 2,4% referencias de desconfianza hacia el presidente vinculadas con la liberación del hijo de El Chapo Guzmán.

2. La emoción negativa desconfianza es la que mayor presencia tiene (22%). Sus porcentajes más altos –enero y febrero- también coinciden con la atención que la prensa española da a las iniciativas propuestas por el presidente mexicano.

Otros meses que sobresale la desconfianza en referencias informativas es julio (3,5%) y septiembre (2,7%). En el primero se vinculan con el primer aniversario del triunfo

electoral de AMLO y las expectativas de su gestión. Y para septiembre, con el balance de su primer informe de Gobierno.

Figura 15. Marco emocional de AMLO: entre la esperanza y la desconfianza



Estos datos muestran que los diarios definieron un marco emocional más de esperanza que desconfianza sobre la gestión del presidente López Obrador en 2019. Esta ilusión en el entorno político se relaciona con la idea de renovación política que va desde enero, cuando puso en marcha sus primeras iniciativas de Gobierno hasta diciembre de ese año. El examen de las noticias, muestra que los diarios vinculan al político mexicano con la esperanza, como una forma de mejorar la gobernabilidad del país, combatir la corrupción y mantener la estabilidad económica del país.

Aunque también transmiten emociones negativas principalmente de desconfianza sobre las decisiones que aplica y los resultados de sus medidas, un balance general señala que la administración de AMLO se asocia en términos afectivos con la esperanza, que es la que más referencias recibe en los textos periodísticos analizados.

CONCLUSIONES

1. El interés mediático para el presidente Manuel López Obrador para el año 2019 en los diarios españoles de referencia: *La Vanguardia*, *El País* y *El Mundo* contabilizó el 21%, de toda la información que publicaron sobre México. Es decir, de 620 noticias publicadas, 133 correspondían al mandatario y su Gobierno, denominado también como la "Cuarta Transformación" 4T.

Por diarios, destaca *El País* con el 60,1%. Luego, *La Vanguardia* con 24,8, y por último, *El Mundo* con el 15%. El predominio de *El País* se explica por su infraestructura que cuenta con una oficina en la Ciudad de México, con 20 periodistas cubren la actualidad mexicana y coordinan la Edición América.

2. A lo largo del año 2019 tres momentos tuvieron un gran impacto informativo: (1) los primeros 100 días de la gestión del presidente, donde se incluyen las noticias sobre la carta enviada al rey Felipe VI; (2) el balance de su primer año de Gobierno; y (3) la concesión de asilo a Evo Morales, exmandatario de Bolivia y la fallida captura del hijo de El Chapo Guzmán.

3. La importancia informativa otorgada al mandatario mexicano en términos de extensión de las noticias en número de palabras y recursos infográficos es de una relevancia periodística media y alta. Esto es, que el 75,6% de las noticias publicadas eran de entre 500 y más de 1000 palabras, acompañadas de fotografías e ilustraciones. Este dato indica la prioridad que dieron los medios a la gestión del presidente mexicano medida en recursos destinados a la cobertura.

4. Por lo que respecta a la autoría de la información prevalece el trabajo de los corresponsales (71,3%) sobre el de las agencias (27,2%%). Contar con la presencia de

un periodista en el lugar de la noticia señala la importancia que la prensa española otorga a la cobertura del presidente mexicano. Por diarios, *El País* y *El Mundo* contaron con reporteros propios que informaban desde México. Por su parte, *La Vanguardia* se apoyó más en el trabajo de periodistas de las agencias de noticias, principalmente Efe.

5. El 58,8% de las noticias sobre AMLO son de temas del día y en un 41,8% se profundiza o se trata un asunto nuevo. Estos datos muestran que a la hora de abordar la actividad informativa del Ejecutivo mexicano los diarios no sólo apostaron por cubrir la actualidad, sino que también destinan esfuerzos para investigar nuevas temáticas o abundar sobre noticias que ya han sido publicadas.

6. Existen notables diferencias entre la valoración de titulares y la noticia completa. Las connotaciones negativas (49,3%) están más presentes en los encabezados que en el cuerpo de la noticia (38,2%). La relevancia que este dato puede tener es que sólo la lectura de titulares aumenta la percepción negativa del presidente mexicano que disminuye cuando se lee la pieza completa.

7. La composición de la agenda informativa de López Obrador en los diarios estuvo marcada principalmente por los asuntos de política nacional, que generaron el (60,2%) de las noticias. Siguieron los de política internacional (24,2%) y los de economía ()11,7%. Los culturales tuvieron una presencia discreta del (4,5%).

8. Asuntos de política nacional que destacaron: las actuaciones presidenciales en materia de seguridad, corrupción y narcotráfico. La puesta en marcha de programas sociales y temáticas sobre violación de derechos humanos –ataques a periodistas, activistas y

mujeres. Por último, la cuestión de la inmigración que estuvo relacionada con la gestión política de la caravana de migrantes centroamericanos que necesitan cruzar el país para llegar a Estados Unidos.

9. En economía, las iniciativas presidenciales para incentivar las inversiones en México, tanto extranjeras como nacionales, promover el crecimiento económico, la firma del Tratado con Estados Unidos y Canadá (T-MEC) y sobre políticas para combatir el desempleo.

10. En política internacional, los temas que lideran la presencia de López Obrador en la prensa fueron la carta que envió al rey Felipe VI de España, la relación política, comercial y migratoria con los Estados Unidos, y la concesión de asilo al exmandatario boliviano, Evo Morales.

11. El tema cultura tuvo poca información, estuvo relacionada con noticias sobre cine y literatura y de promoción turística del país.

12. La evaluación global para la gestión del presidente fue más negativa 44,3% que positiva 39,8%. Por áreas: negativa para los asuntos de política nacional y política internacional; positiva para economía y cultura.

13. Los principales atributos de López Obrador que la prensa destaca son: firmeza, trabajador, dialogante y empático.

14. La esperanza es el principal marco emocional con el que la prensa española asocia a López Obrador y su Gobierno (45,6%). Aunque se identifican sentimientos negativos como la desconfianza presente en el 22% de los textos periodísticos o el enfado en el 16,2%, en términos globales, la administración del presidente se sigue vinculando emocionalmente más con la idea de ilusión

que de desencanto. Pese a que durante el año 2019 ha ido perdiendo peso, en enero las referencias fueron del 11% y se terminó diciembre con 2,9%, durante 11 meses la mención a la esperanza ha tenido los porcentajes más altos en los textos periodísticos.

RECOMENDACIONES

El objetivo de este informe de investigación es describir la cobertura del primer año del gobierno de Manuel Andrés López Obrador en los diarios españoles *La Vanguardia*, El País y *El Mundo*, con la finalidad de conocer cómo afecta a la imagen internacional del mandatario y a su administración.

Partiendo de esa premisa, las recomendaciones que se platean a continuación son para mejorar la imagen pública del presidente en España, teniendo en cuenta los resultados del trabajo empírico realizado.

1. Creación de un **plan de comunicación** para mejorar la imagen del presidente López Obrador. A partir de integrar a las autoridades institucionales, formular una diplomacia pública efectiva a mediano plazo que vaya más allá de las actividades oficiales. Se trata de transmitir el mensaje de que este gobierno está tomando decisiones para resolver problemas estructurales como acabar con la inseguridad, el narcotráfico y la corrupción, acciones que proyecten un gobernante y una gestión política positiva.

2. Lograr que **las noticias positivas** relacionadas con los logros de la administración de AMLO lleguen a los periodistas y corresponsales de los principales medios internacionales, y por tanto, influyan en la manera en cómo es representada en el exterior.

3. Fomentar el desarrollo de **investigaciones empíricas** que estudien de forma científica la imagen que definen de México y del presidente los medios de comunicación tanto tradicionales como digitales, las redes sociales – Facebook, Twitter, Instagram – y blogs de Internet.

4. Potenciar la sinergia entre **las instituciones diplomáticas y la comunidad migrante** para coordinar las políticas de comunicación que permitan dar a conocer de forma más exhaustiva el trabajo eficaz del gobierno mexicano y construyan un relato diferente al de la corrupción que ha dominado en la imagen exterior del país asociada con algunos funcionarios del gobierno en los últimos años.

5. **Organizar visitas** de líderes de opinión hispanos, columnistas y periodistas especializados cada determinado tiempo a zonas industriales de México, lugares de alto atractivo turístico pero poco conocidos en España y similares, que incluyeran encuentros con el Presidente, académicos y empresariado.

6. Desarrollar **un trabajo proactivo**, por parte del gobierno mexicano, que busque generar más contenidos y con mayor diversidad sobre sus acciones y prioridades en materia de política pública y de política exterior, pero también sobre temáticas de índole económica y cultural es recomendable.

7. Fomentar **una relación más estrecha con los equipos periodísticos** de los periódicos españoles, en un futuro de mediano plazo se podría diversificar la cobertura mediática que realizan y, eventualmente, incidir positivamente en la percepción que dichos medios transmiten sobre el gobierno mexicano.

8. Nombrar un **portavoz o vocero** encargado de construir una relación positiva y continua con los corresponsales de los medios españoles para que puedan infomar de las acciones del gobierno. Esto proporcionará información de primera mano a los periodistas con el fin de conseguir una mejor cobertura que impacte de forma positiva en la imagen del presidente y su gestión .

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, M. (2015). "Construir poder: Peña Nieto y los medios en México". En *XI Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Akal, Madrid, 2ª edición.

Francescutti, P. (2009). "El tiempo de los titulares. Un análisis verbal de la titulación en la prensa española durante el período 1980/2005". Estudios sobre el mensaje periodístico. No. 15. pp. 243-259.

Humanes, M. (2015). *Métodos de investigación en Comunicación. Ejercicios aplicados a las técnicas cuantitativas*. Madrid. Ompress Comunicación.

Del Orbe Ayala, K R (2018). *México, en la prensa catalana*. Reseña libro. Revista Razón y Palabra 22 (2_101), 713-715.

Merrill, J. (1968). *The elite press. Great news papers of the world*. Nueva York: Pitman.

Rodríguez Polo, X. (2014). "Prensa y transición política en México". Reseña libro. Ámbitos. Revista internacional de comunicación, 25, 9-10. Universidad de Sevilla.

Santillán, J.R. y Acosta, M. (2019). *El sexenio de Enrique Peña Nieto en la prensa española*. Informe de investigación 1. Otoño-invierno. Observatorio de México en España. En https://www.obsmex.com/informes-de-investigacion (fecha de consulta 20 de julio de 2020).

Santillán, J.R. y Zuart, A. (2020): "Presencia e imagen de México en la prensa española de referencia, 2019". Informe de investigación No. 2. Primavera-verano. Observatorio de México en España. En https://www.obsmex.com/informes-de-investigacion (fecha de consulta 20 de julio de 2020).

Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación*. Ariel. Barcelona.

Solís, J. y Acosta, M. (2015). Peña Nieto y Televisa: ¿La construcción de un presidente? Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana. No. 19, p.p. 1-28.

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

Vidal Beneyto y G. Imbert. (1986). *El País o la referencia dominante*, Mitre, Barcelona.

Weaver, D.H., Graber, D.A., Mc combs, M.E. y Eyal, Ch. H (1981). *Media agenda-setting in a Presidential election*. Paeger Publishers, New York.

LOS AUTORES

José Ramón Santillán Buelna
Profesor e investigador universitario.
ORCID: orcid.org/0000-0002-0946-9564

Doctor en Ciencia Política por la Universidad Pompeu Fabra. De 2006 a 2017 ha sido Profesor Titular (i) en la Universidad Rey Juan Carlos en Madrid. También ha enseñado en el Tecnológico de Monterrey y en la Universidad Iberoamericana.
Desde 2018 es director del Observatorio de México en España e investigador colaborador en el Grupo de Estudios Avanzados en Comunicación (www.geac.es).

Diego Gómez Pickering
Diplomático, periodista y escritor.

Corresponsal para el África Subsahariana del semanario mexicano *Proceso*. Fue embajador de México ante el Reino Unido y Cónsul General en Nueva York. Internacionalista por el ITAM, Maestro en Desarrollo Cultural por la Universidad de Columbia en Nueva York, EE.UU. y Maestro en Periodismo del Desarrollo por el Indian Institute of Mass Communication de Nueva Delhi, India.

Su libro más reciente es Cartas de Nueva York (2020).

BALANCE DE DOS AÑOS DEL OBSERVATORIO

En el Observatorio tras casi dos años de su fundación hemos logrado los siguientes resultados:

- ✓ Proyectos de investigación finalizados: **3**
- ✓ Artículos académicos: **2**
- ✓ Libros: **2**
- ✓ Capítulos de libro: **3**
- ✓ Informes de investigación: 3
- ✓ Participación en Congresos: **5**
- ✓ Ponencias: **5**
- ✓ Análisis publicados en nuestro blog: **50**
- ✓ Podcasts en colaboración con el programa de radio Mexicanos por España: **15**
- ✓ Creación del Repositorio de Estudios Iberomexicanos, actualmente contamos con **90** referencias bibliográficas.

EQUIPO:

José Ramón Santillán

Kenia Del Orbe

Alberto Zuart Garduño

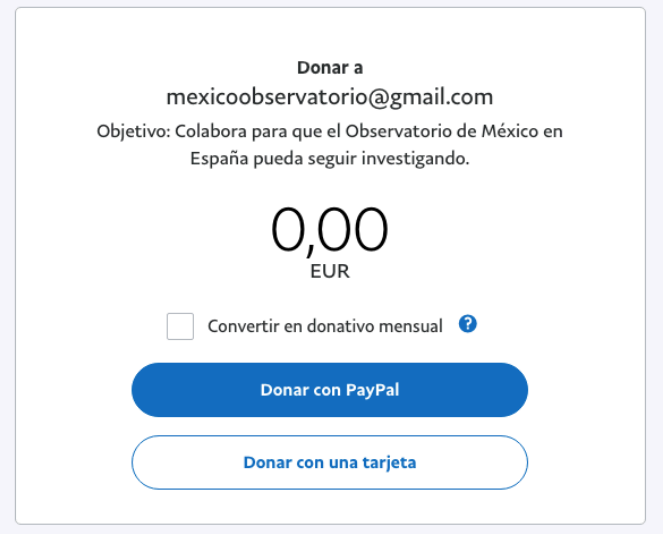
Gabriela Lozano

Marina Acosta

Diego Gómez Pickering

APÓYANOS PARA SEGUIR INVESTIGANDO

Necesitamos tu apoyo para que el Observatorio de México en España pueda seguir investigando y ponga a disposición de estudiantes, académicos, periodistas y ciudadanos estudios fiables, prácticos y rigurosos sobre México y su comunidad migrante en España.



Entra a nuestra página y apóyanos www.obsmex.com

ObsMEX
Observatorio de México en España

Informe de investigación No.3, otoño-invierno 2020

ISSN : 2696-1113

Este trabajo consta de dos partes. La primera es una nota introductoria escrita por Diego Gómez Pickering exembajador mexicano en Reino Unido y ex Cónsul General en Nueva York. En ella contextualiza los principales resultados de la investigación. La segunda parte es el análisis de contenido de las noticias de los diarios *La Vanguardia*, *El País* y *El Mundo* publicadas sobre el presidente López Obrador y su gobierno durante el año 2019, realizado por el Dr. José Ramón Santillán Buelna, director del Observatorio e investigador del Grupo de Estudios Avanzados en Comunicación (Geac) de la Universidad Rey Juan Carlos.

Es así que este informe integra dos enfoques, la de un diplomático y la de un académico, con la finalidad de tener dos aproximaciones al estudio de la imagen del presidente mexicano en la prensa española, que faciliten conocer e interpretar cómo es la representación que tres medios internacionales proyectan de su primer año de gobierno.

Dra. Kenia R. Del Orbe Ayala
Profesora en la Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.
Profesora en la Universidad Complutense de Madrid.