José Ramón
Santillán Buena

México, en la prensa catalana

Análisis en *La Vanguardia* y
El Periódico de Catalunya

Cuadernos Artesanos de Comunicación / 124

Cuadernos Artesanos de Comunicación

Coordinador editorial: José Manuel de Pablos - jpablos@ull.edu.es

Comité Científico

Presidencia: José Luis Piñuel Raigada (UCM)

Secretaría: Alberto Ardèvol (ULL)

- Javier Marzal (Universidad Jaume I, UJI)
- José Antonio Meyer (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Ramón Reig (Universidad de Sevilla, US)
- Miquel Rodrigo Alsina (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Xosé Soengas (Universidad de Santiago de Compostela)
- José Miguel Túñez (Universidad de Santiago de Compostela, USC)
- Victoria Tur (Universidad de Alicante, UA)
- Miguel Vicente (Universidad de Valladolid, UVA)
- Ramón Zallo (Universidad del País Vasco, UPV-EHU)
- Núria Almiron (Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, UPF)
- Francisco Campos Freire (Universidad de Santiago de Compostela)
- José Cisneros (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Bernardo Díaz Nosty (Universidad de Málaga, UMA)
- Carlos Elías (Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED)
- Paulina B. Emanuelli (Universidad Nacional de Córdoba, UNC)
- Marisa Humanes (Universidad Rey Juan Carlos, URJC)
- Juan José Igartua (Universidad de Salamanca, USAL)
- Xosé López (Universidad de Santiago de Compostela)
- Maricela López-Ornelas (Universidad Autónoma de Baja California, AUBC)

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

Este libro y cada uno de los capítulos que contiene (en su caso), así como las imágenes incluidas, si no se indica lo contrario, se encuentran bajo una Licencia

Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivadas 3.0

Unported. Puede ver una copia de esta licencia en

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/> Esto

significa que Ud. es libre de reproducir y distribuir esta obra, siempre que cite la autoría, que no se use con fines comerciales o lucrativos y que no haga ninguna obra derivada. Si quiere hacer alguna de las cosas que aparecen como no permitidas, contacte con los coordinadores del libro o con el autor del capítulo correspondiente.

* La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

José Ramón Santillán Buelna

México, en la prensa catalana

*Análisis en La Vanguardia y
El Periódico de Catalunya*

Cuadernos Artesanos de Comunicación / 124

124º – México, en la prensa catalana. Análisis en La Vanguardia y El Periódico de Catalunya

José Ramón Santillán Buelna

| Precio social: 5,50 € | Precio en librería. 7,15 € |

Editores: Javier Herrero y Alberto Ardèvol Abreu

Diseño: F. Drago

Ilustración de portada: Fragmento del cuadro "Mujer pensando", de Baudilio Miró Mainou, 1952 (Las Palmas)

Imprime y **distribuye**: F. Drago. Andocopias S. L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal
- La Laguna (Tenerife), 2017 – Creative Commons

(<http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/estatutos.html>)

(<http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/artesanos.html>)

Protocolo de envío de manuscritos con destino a C.A.C.:

<http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/protocolo.html>

Descargar *pdf*:

<http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/artesanos.html#124> (
donde 124 será el número del ejemplar en la colección)

ISBN – 13: 978-84-16458-81-3

DL: TF-833-2017

DOI: [10.4185/cac124](https://doi.org/10.4185/cac124)

México, en la prensa catalana. Análisis en La Vanguardia y El Periódico de Catalunya

Abstract

Este libro presenta los resultados del estudio de la imagen periodística de México en los diarios catalanes: *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya* durante los años de 2013 a 2016.

La presencia mexicana gira entorno a temáticas políticas, económicas y culturales, donde llama poderosamente la atención el tratamiento positivo que se da a las informaciones sobre México y los mexicanos. Si bien es cierto que en los últimos dos años se han agudizado algunos aspectos negativos, sobre todo en cuestiones de inseguridad, narcotráfico y corrupción, estas imágenes pierden mucha presencia informativa a favor de asuntos culturales y financieros como los premios internacionales a escritores, cineastas y artistas, la gastronomía y el turismo. Así como las inversiones catalanes en territorio azteca. Estas ideas construyen una percepción de fortaleza cultural y vigor económico que trata de contrarrestar la imagen de país peligroso.

Keywords: prensa; información internacional; *La Vanguardia*, *El Periódico de Catalunya*; México.

Forma de citar este libro

México, en la prensa catalana. Análisis en La Vanguardia y El Periódico de Catalunya. José Ramón Santillán Buelna. *Cuadernos Artesanos de Comunicación*, 124. La Laguna (Tenerife): Latina.

Índice

Prólogo por Enric Saperas.....	9
1. Introducción	15
2. Agenda mediática e información internacional	19
3. Algunos datos de la relación Cataluña-México	25
3.1. Catalanes en México.....	25
3.2. Mexicanos en Cataluña	26
4. Objetivos.....	27
5. Metodología.....	29
5.1. Medios seleccionados.....	29
5.2. Muestra y unidades de análisis.....	30
5.3. Ficha de análisis de contenido.....	30
5.4. Fiabilidad.....	33
6. Resultados	34
6.1. Cobertura periodística.....	34
6.2. Evolución temporal por mes, año y periódico	35
6.3. Tipo de informaciones.....	37
6.4. Clasificación de informaciones.....	39
6.5. Sección donde se publicaron	41
6.6. Productores de la información	42
6.7. Temporalidad del acontecimiento	43
6.8. Lugar geográfico donde ocurre la noticia	46
6.9. Lugar donde se firma la información	47
6.10. Fuentes informativas.....	49
6.11. Temas de las noticias	51
6.12. Subtemas de Política interna.....	52
6.13. Subtemas de Economía/negocios	54
6.14. Subtemas de Cultura	55

6.15. Subtemas de Política internacional.....	57
6.16. Subtemas de Sucesos y Deportes	59
6.17. Profundidad de los temas tratados.....	59
6.18. Protagonistas de la información	62
6.19. Ámbito social de los protagonistas	64
6.20. Valoración de los protagonistas.....	67
6.21. Evaluación general de la información.....	69
6.22. Evaluación de los subtemas.....	70
6.23. Valoración periodística por años	75
6.24. Referencias positivas/negativas sobre México.....	78
7. Conclusiones	80
8. Bibliografía	85
9. Anexo.....	88
Autores.....	89

Prólogo

***La agenda-setting*, en la prensa diaria de referencia**

Enric Saperas¹

LA RELACIÓN entre Cataluña y Latinoamérica y el Caribe siempre ha sido una relación intensa y de estima mutua. Desde que Carlos III, en su llegada a Barcelona desde Nápoles para tomar la Corona de las Españas, anunciara que el comercio americano se abriría sin restricciones a los territorios de la Corona de Aragón en 1759, en el imaginario catalán siempre se ha experimentado un fuerte sentimiento de vinculación especialmente con México, Cuba y Puerto Rico. El afecto y sentimiento de cercanía creció con las noticias que venían del exilio y con la gratitud de los catalanes hacia la oferta del Presidente Cárdenas para hacer de México el principal refugio para los republicanos en América Latina después de la victoria del fascismo en España. Me alegré mucho cuando el profesor José Ramón Santillán me comentó que había finalizado un estudio exhaustivo sobre el tratamiento periodístico de los temas de actualidad de México en los dos diarios de mayor difusión en Cataluña y su cobertura informativa. En primer lugar, porque es un

¹ Catedrático de Teoría de la Comunicación, Universidad Rey Juan Carlos. Investigador Principal del Grupo de Estudios Avanzados en Comunicación (www.geac.es)

tema de investigación inédito y necesario. En segundo lugar, porque estamos ante un excelente análisis de contenido cuantitativo que muestra todo el potencial descriptivo de esta técnica de análisis que permite conocer la presencia de un tema informativo en los medios de comunicación y cuál ha sido su cobertura informativa (frecuencia, valoración, evolución de temas, géneros periodísticos y la representación pública de una nación y de una cultura como es la mexicana en un ámbito como el catalán). Y en tercer lugar, este estudio tiene un valor evidente debido al periodo temporal de análisis comprendido entre 2013 y 2016 en el que ambos periódicos publicaron 272 informaciones sobre la actualidad de México con una media conjunta de 5 noticias por semana.

Este trabajo del doctor Santillán, al que sin duda seguirán más investigaciones, culmina el programa de investigación iniciado en 2010 sobre la población inmigrante mexicana en España realizada en el marco de las actividades del grupo de Investigación GEAC (Grupo de Estudios Avanzados de la Comunicación), que los lectores pueden ser consultados en el sitio web del grupo de investigación (www.geac.es/miembros/jose-ramon-santillan-buelna/). Santillán ha desarrollado un interesante programa de investigación, totalmente inédito hasta la actualidad, sobre la *agenda-setting* y los procesos de *agenda-building* políticos (Santillán, 2012) en la prensa y la política en México (Santillán, 2008a, 2008b, 2011a, 2011b, 2016) sobre inmigración mexicana en España, y la cobertura informativa de México en medios de comunicación españoles (Santillán, 2011, 2012). Esta investigación que el lector tiene en sus manos, o en sus pantallas, complementa la actividad investigadora de Santillán realizado hasta ahora agregando el estudio de los valores y los atributos asociados a México en la cobertura informativa y el tratamiento que nuestra prensa realiza de tres ámbitos de la actualidad: la jefatura del Estado y la política mexicana, la información sobre la violencia y el narcotráfico y la cobertura periodística de una cultura tan brillante como la mexicana.

Y todo este programa de investigación se ha realizado desde los estudios de agenda temática. El interés del estudio sobre agenda es obvio. Del conjunto de teorías descriptivas que se crearon a partir de

la década de los setenta como consecuencia de la crisis del estructural-funcionalismo la *agenda-setting* constituye la propuesta metodológica y teórica de mayor desarrollo, innovación y aplicabilidad.

Con la publicación de *The Agenda-Setting function of mass media* en *Public Opinion Quarterly* en 1972 (McCombs y Shaw, 1972) se iniciaba una nueva fase de la investigación comunicativa internacional. En sus jovencísimos 45 años de existencia los estudios sobre *agenda-setting* han desarrollado un modelo de investigación sin el que no podríamos comprender algunos rasgos centrales de la investigación internacional. Uno de los valores de la obra de Santillán, que siempre he admirado, es su *ortodoxia* metodológica que le ha valido producir estudios de gran valor explicativo y descriptivo en el ámbito temático en el que ha focalizado su atención. McCombs siempre ha insistido en que los estudios de agenda aportaban cuatro elementos centrales que impulsaron la innovación en nuestra disciplina. Y Santillán, sin recursos banales ni diseños innecesariamente complejos, creo que ejemplifica de forma extraordinaria estos cuatro elementos señalados por el creador de los estudios sobre agenda. En primer lugar, McCombs insistió desde los setenta que la investigación debía basar su desarrollo y su innovación en el recurso a la replicación. Debe ser capaz de simplificar al máximo su diseño metodológico para conseguir una propuesta metodológica que pueda reproducirse en periodos de tiempo consecutivos. Esa simplificación metodológica se puede observar en la labor de investigación de Santillán. Leyendo el texto que ahora prologamos recordé las siguientes palabras de McCombs publicadas en un *paper* de lectura obligada: *A look at Agenda-setting: past, present and future*:

A lo largo del extenso campo del periodismo y la investigación de comunicación de masas, nunca he encontrado un rompecabezas intratable a través de los años, sólo preguntas que no recibieron atención sostenida de la comunidad de investigación. La programación ha florecido porque docenas de académicos han continuado explorando sus matices y añadiendo nuevos conocimientos durante más de 35 años. Parte de esta investigación ha hecho saltos creativos audaces en un

nuevo territorio. Otra investigación ha sido la atención metódica y minuciosa a pequeños detalles (McCombs, 2005: 554)

Las investigaciones sobre agenda de Santillán de forma obvia llevan a cabo la segunda y tercera propuesta de McCombs: la internacionalización de la investigación sobre agenda, y por ello, la producción de una investigación comparada. Es decir, la propuesta inicial de la investigación sobre agenda consiguió ser aplicada con éxito en una gran cantidad de países y de sistemas políticos. Este ha sido uno de los grandes logros de esta propuesta teórica.

Desde esa elección [1972], el principal hallazgo en Chapel Hill - aquellos aspectos de los asuntos públicos que son prominentes en las noticias se hacen prominentes entre el público - ha sido replicado en cientos de estudios en todo el mundo. Estas replications incluyen escenarios electorales y no electorales para una amplia gama de asuntos públicos y otros aspectos de la comunicación política y se extienden más allá de los Estados Unidos hacia Europa, Asia, América Latina y Australia. Recientemente, como los medios de comunicación han iniciado su transformación en periódicos online disponibles en la Web, se han investigado los efectos en estos nuevos medios. En conjunto, esta investigación ha crecido mucho más allá de su dominio original -esto es, la transferencia del *salience* de la agenda de los medios de comunicación a la agenda pública - y ahora reclama la atención en cinco etapas distintas de la teoría (McCombs, 2005: 543)

En este sentido, José Ramón Santillán ha llevado a cabo estudios notables, a partir de la agenda temática, de los medios de comunicación en una transición política tan apasionante como la mexicana, que se complementan con estudios de tanto interés como los de la agenda periodística en la prensa española sobre México, como es el caso de este libro.

Por último, una cuarta innovación que no ha sido suficientemente valorado siendo, por otra parte, la más decisiva. La investigación de

agenda modificó uno de los objetos de estudio más decisivos de la *Communication Research* norteamericana hasta los setenta. Un cambio de perspectiva extraordinariamente productivo. Los estudios sobre persuasión y cambio de opinión, en otras palabras, los denominados *efectos mínimos* de los media, pasan a una posición secundaria en las demandas de conocimiento. McCombs y Shaw y toda la investigación posterior afirman que la principal hipótesis de trabajo se centra en observar cómo la información que los medios de comunicación introducen en el sistema político determinan cómo los ciudadanos perciben su entorno social. Es a partir de esta aportación funcional que los medios generan efectos de percepción y de conocimiento. Santillán estudiando la agenda de la prensa de élite en México, operativizaba esta propuesta con estas palabras:

En las últimas décadas la investigación en el campo de la comunicación política experimenta una renovación teórica y metodológica vinculada a la centralidad social adquirida por los medios de comunicación en su función de ofrecernos un conocimiento mediado (sin experiencia directa e individual del entorno) del entorno político y el proceso de formación de la opinión. Los medios de comunicación se constituyen en los conductores para que las personas conozcan, discutan y opinen de la política. En ese sentido, los grupos sociales dependen de la acción que dan los medios para entrar en contacto con la gente (Santillán, 2012: 3)

Si el lector lee este libro para informarse sobre la presencia de México en la prensa de referencia catalana no le defraudará. Se trata de un texto de calidad innegable y con alto valor informativo, y más teniendo en cuenta, como afirma el autor *que 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 como el petróleo, la energía eléctrica, el gas; elecciones internas; la desaparición de 43 estudiantes de Ayotzinapa; reconocimientos literarios a escritores mexicanos, movimientos migratorios en ambos sentidos, entre otras cuestiones* (página 15). Pero si el lector accede al texto desde la perspectiva metodológica propuesta por la *agenda-setting* el interés del libro resulta ser muy superior y podrá observar toda la capacidad

descriptiva de esta teoría de referencia. Por mi parte, he leído el texto con fruición e interés. Ha sido una lectura rápida que ha culminado con éxito el conjunto de preguntas de investigación propuestas por el investigador.

Seguro que también es de su interés.

Referencias

- McCombs, M. (2005). A look at Agenda-setting: past, present and future, *Journalism Studies*, Vol. 6 (4): 543-557)
- McCombs, M. y Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*. 36 (2): 176-187
- Santillán Buelna, J.R. (2008a). Campañas de papel. Elección y opinión política en México. *Journal Media Global*
- Santillán Buelna, J.R. (2008b). construcción periodística de la democracia en México de 1988 al 2000. *Revista Zer*
- Santillán Buelna, J.R. (2011a). Poder y periodismo político. En Saperas, E. (2011). *Estudios de comunicación y medios*. Madrid: Editorial Dykinson-Servicio de publicaciones de la URJC: 153-170)
- Santillán Buelna, J.R. (2011b). [Tendencias ideológicas de los articulistas en la campaña electoral de Guanajuato de 1991.](#) *Razón y Palabra* (75). Febrero-Abril.
- Santillán Buelna, J.R. (2012). Comunicación y representación política. *Razón y Palabra* (80). Agosto-October
- Santillán Buelna, J.R. (2016). Prensa y democratización en México. Tres miradas: *Excelsior, La Jornada y Reforma*. OBS (Observatorio). Vol. 10 (4).
DOI: <http://dx.doi.org/10.15847/obsOBS1042016914>

Introducción

DESDE hace casi 500 años México y Cataluña tienen lazos históricos muy estrechos que han creado unas relaciones diplomáticas, económicas, culturales, migratorias de especial relevancia.

En la actualidad uno de los aspectos que construyen los vínculos entre los dos países es la imagen que los medios de comunicación proyectan de ambas regiones, que forma una opinión pública determinante a la hora de atraer inversiones, estudiantes, turistas, visitantes, en un contexto de globalización. La capacidad de la prensa para facilitar información de todo tipo tiene una importancia vital por las imágenes y valores que determinará la percepción que los lectores tengan de un determinado país. De ahí, el interés por conocer la representación que hacen dos periódicos catalanes de México y que crean una percepción pública decisiva en el conocimiento y actitud hacia el país.

El estudio de la imagen de México en el mundo ha desarrollado una gran cantidad de análisis relacionados con los Estados Unidos, que por razones geográficas, políticas, económicas y migratorias, han centrado la gran mayoría de trabajos a lo largo del tiempo. En cambio, a fecha de hoy no existe un análisis completo de la representación del país en los medios españoles y menos en los editados en Cataluña, región con la que actualmente se tiene lazos muy estrechos que van desde la política hasta la emigración, y sobre todo un pasado histórico y cultural común desde hace casi 500 años.

Hay muchos estudios sobre la relación bilateral, desde el período histórico al moderno, analizando aspectos como: política, economía, cultura, emigración, pero hay pocos que analicen la imagen que proyectan los medios de comunicación catalanes de México y de los mexicanos. Conocer la representación mediática del país es fundamental, especialmente para los políticos, las empresas, los académicos, los emigrantes o, la diplomacia pública para que trabajen en políticas públicas que fortalezcan los vínculos entre Cataluña y México.

Por tanto, el presente informe describe y analiza la imagen de México en la prensa catalana, tomando como referencia los dos diarios de mayor difusión -*La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*- durante el período de 2013 al 2016. La base teórica es la agenda informativa e integrando la noción de *frame* que ha venido ocupando un lugar central en las investigaciones de medios impresos en el siglo XXI. Consideramos que los estudios de la agenda mediática (tanto de sus efectos como de sus procesos de construcción) ofrecen una perspectiva teórica relevante para conocer cómo estructuraron los periódicos la información sobre México durante ese período.

Este enfoque teórico nos permitió realizar un exhaustivo estudio para explicar la representación periodística del país durante los últimos cuatro años en dos diarios que componen un “mapa” regional en materia de información internacional. 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 como el petróleo, la energía eléctrica, el gas; elecciones internas; la desaparición de 43 estudiantes de Ayotzinapa; reconocimientos literarios a escritores mexicanos, movimientos migratorios en ambos sentidos, entre otras cuestiones.

Con esa intención hemos diseñado un análisis de contenido para examinar las noticias sobre México presentes en los dos diarios durante los años de 2013 al 2016. Se trata de una técnica cuantitativa que hace posible estudiar la comunicación de una manera sistemática, objetiva y cuantitativa, altamente desarrollada y formalizada para su aplicación a los medios escritos. Esta metodología nos sirvió para

identificar ciclos informativos, las instituciones y personas que tienen visibilidad, el tipo de tratamiento informativo, así como identificar las fuentes informativas utilizadas. También temáticas tratadas, los enfoques aplicados y las valoraciones en la información publicada.

El interés de este trabajo se justifica, además, porque, en el actual contexto internacional, se hace especialmente necesario estudiar la dinámica informativa de México en dos de los principales diarios catalanes y las posibles consecuencias que tiene para la imagen exterior del país. Con este análisis queremos aportar una mirada reflexiva, o una autoobservación para ofrecer algunas ideas que redefinan la coordinación de la imagen pública en una región de gran interés para el país.

De esta forma la investigación aporta conocimiento para entender cómo se representa mediáticamente un país en la prensa internacional, y de manera particular, contribuye con información cualificada para impulsar estrategias editoriales para potenciar la visibilidad de México en Cataluña en asuntos relevantes para las dos regiones. También la metodología y los resultados de este trabajo pueden servir como material aplicado para formar estudiantes y apoyar el trabajo de profesores e investigadores con respecto al papel de la prensa internacional en relación a la imagen mediática de Latinoamérica en España.

El contenido de este libro está dividido en cinco partes. En la primera, se presenta el marco teórico de la relación entre información internacional y agenda mediática que construyen la imagen pública de un país en el exterior para fijar los conceptos básicos de la investigación. La segunda parte, contextualiza las relaciones históricas, económicas y migratorias entre Cataluña y México. En la tercera parte, explicamos los objetivos y la metodología empleada. A continuación se presentan los resultados del análisis de México en la prensa catalana usando tablas de frecuencias, tablas bi-variante y gráficos para facilitar su interpretación. La última parte contiene las conclusiones. El resultado de este trabajo servirá tanto a estudiantes, profesores e investigadores para contar con material académico del tema de la información internacional y la representación periodística

del país azteca en dos diarios catalanes. Así como para responsables del Gobierno mexicano para lograr que mejore la planificación de la imagen del país en Cataluña y se convierta en un factor de fortalecimiento de la política exterior.

Quiero agradecer a Carles Pont y a Christopher Tulloch, profesores de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, quienes me apoyaron durante mi estancia de investigación en su institución para poder llevar a cabo este estudio. Por último, quiero dejar constancia especial a la excepcional colaboración del Dr. Manuel Martínez-Nicolás, profesor de la Universidad Rey Juan Carlos, por la revisión y comentarios a este trabajo.

Barcelona, mayo de 2017

Agenda mediática e información internacional

EL NEXO entre información internacional y agenda mediática² en su relación con la representación exterior de un país, es un tema que ha generado una relevante bibliografía en el campo de estudios de la comunicación social, en sus ámbitos de diplomacia pública, imagen-país o diplomacia mediática (Azpiroz, 2013; Manfredi, 2011; Dader, 2008; Noya, 2007). El interés por el estudio de todo tipo de variables que afectan la imagen que se proyecta desde los medios de comunicación internacionales de una nación; ha permitido desvelar el funcionamiento del periodismo internacional y las interrelaciones que se dan entre medios de comunicación, mediadores de las noticias y audiencias. La razón es que, a nivel político, las representaciones exteriores de los Estados interesan para lograr una imagen positiva en el ámbito mundial. También en la percepción de los ciudadanos como países democráticos -con una economía sólida, una riqueza histórica y cultural, un lugar para visitar- aspectos que sirvan para diferenciarlos de otros. En la medida en que transmitan esa idea de fortaleza tendrán mayor peso político, económico y militar en el ámbito de las relaciones internacionales (Noya, 2007).

A nivel comunicativo el estudio del periodismo en su ámbito de información internacional, entendido como acontecimientos ocurridos en el propio país, en otros o varios países y que tienen un

² Se utilizará agenda informativa, agenda temática, agenda mediática o *agenda setting* de manera indistinta para referirnos a los temas de las informaciones presentes en la prensa.

interés noticioso supranacional (Bartolozzi, 1974; Tulloch, 2004) adquiere importancia para conocer cómo en los relatos noticiosos se transmiten una serie de imágenes y valores que representan en el exterior a un país. La atención se dirige a investigar las maneras en cómo la prensa produce o reproduce discursos en torno a una nación y que tiene consecuencias en su conocimiento y valoración colectiva. Esta perspectiva concibe a los medios de comunicación como prominentes agentes productores y distribuidores de conocimientos sociales con la cual se construye la realidad social y la formación de la opinión pública (Saperas, 1987).

En este sentido la agenda mediática (McCombs y Shaw, 1972) garantiza investigar los temas y actores internacionales que protagonizan las informaciones y ofrecer indicadores reales de la visibilidad y valoración de un país en la prensa. Su estudio se centra en buena parte en conocer cómo los medios y los periodistas, mediante sus rutinas profesionales, determinan la producción de noticias y de información editorial con la que construyen una agenda de los asuntos públicos internacionales. La propuesta teórica de este trabajo es considerar que la información internacional genera una narrativa que ayuda a crear una imagen de cómo un país es percibido en el exterior. La prensa canaliza y ordena su debate que tiene efectos en la opinión pública. Por lo tanto, se constituye en el medio para que las personas conozcan, discutan y opinen de una determinada nación. Esta función nos lleva a investigar la formación de la agenda periodística para conocer el proceso de selección, jerarquización y marco de interpretación de las temáticas internacionales, que construyen una imagen-país. Es aquí uno de los espacios donde se define la representación pública de una nación.

Así, la agenda temática define y limita los temas internacionales. El análisis académico se centra en el estudio de la cantidad de información publicada, espacio, número de fotografías, fuente, temas, protagonistas, interpretaciones y valoraciones, que determinan el debate público de un país. En definitiva, la información internacional que la prensa difunde a sus lectores sirve para “unir a la sociedad y su conocimiento del entorno” (Dearing, y Elder, 1992), en este caso, de acontecimientos que tienen un interés informativo supranacional o global (Bartolozzi, 1974; Tulloch, 2004).

El estudio de la información internacional en la prensa es sólo una parte del amplio sistema mediático para investigar la percepción de un país en el mundo, que ha dado una gran cantidad de investigaciones, bajo la perspectiva de la agenda *setting*, de las que nos limitaremos a citar algunos trabajos para dar una idea de los abordajes académicos.

Entre los trabajos destaca el de los de académicos estadounidenses Want, Golan, Lee (2004) quienes han estudiado la cobertura periodística de los países extranjeros en la prensa americana demostrando la influencia entre representación mediática y percepción pública. Apuntan que cuanto más cobertura recibe un país, más tienden los ciudadanos a pensar que es de vital importancia para los Estados Unidos. Por su parte, Igartua, Humanes y Cheng (2004) concluyen que la prensa española asocia a Latinoamérica con acontecimientos de carácter negativo, observando diferencias significativas según sea el país protagonista. Colombia se destacó en informaciones relacionadas con conflictos armados, defensa y accidentes. Algo similar a lo que ocurre con Venezuela, que se asociaba de manera significativa con la política y los desastres naturales. En el otro extremo encontraron a México, cuyas noticias versaban sobre temas más positivos y de carácter más distendido. En parecida línea adversa se sitúan los resultados de investigaciones puntuales sobre determinados países latinoamericanos, tenemos el caso de Venezuela (Casado-Gutiérrez, Sapiezynska, Sánchez, 2014) los autores lo estudian en la prensa internacional, donde incluye a los diarios españoles *El País* y *El Mundo* y encuentran una cobertura sesgada y negativa del país sudamericano.

También encontramos abordajes como los de el Instituto El Cano, *think tank* español, que genera una gran cantidad de investigaciones de la imagen de España en el mundo utilizando como enfoque teórico la agenda temática y que ofrece resultados semestrales de la representación del país en la prensa internacional, en términos de temas, personajes y valoraciones, entre otras cuestiones³. Por último, el trabajo del profesor Christopher Tulloch (2006) que ha contribuido al estudio de los corresponsales como mediadores de las noticias

³ Se pueden revisar en su página web www.institutoelecano.org para constar el uso de la agenda temática como enfoque teórico para abordar el estudio de la imagen-país.

internacionales. Esta investigación analiza sus formas de trabajo y su papel en la producción de la información internacional de la prensa española.

Es relevante señalar que en la producción de la información internacional los periódicos imponen su tratamiento en la narración de los temas que comprende las interrelaciones que afectan a más de una nación y no sólo las que se originan en el extranjero. Es por ello que en el binomio prensa catalana e imágenes de México vamos a profundizar en los marcos interpretativos de la información (Goffmann, 1974) para conocer cómo los periódicos establecen las referencias que definen al país en los lectores.

Los asuntos internacionales pueden generar intensa cobertura informativa tanto cuanto mayor sea la importancia interna y los intereses políticos y económicos de un país (Rodrigo, 1989: 112). Creemos que eso sucede con la información de México en la prensa catalana, justamente por los estrechos vínculos y los intereses de la comunidad catalana en territorio azteca. El análisis en la prensa local de la producción informativa permitirá desvelar la interacción entre el funcionamiento de los periódicos y la manera en cómo se representa al país.

Desde 2010 en el Grupo de Estudios Avanzados de la Comunicación (GEAC), perteneciente a la Universidad Rey Juan Carlos, dirigido por el catedrático Enric Saperas, comenzamos a estudiar a la población mexicana inmigrante en España, y también a sentar las bases académica para investigar la imagen del país en la prensa local. Primero, definimos el perfil del inmigrante mexicano como profesionales de entre 25 y 40 años, con estudios universitarios y de clase media, concentrados en Madrid, Barcelona y Valencia. También su papel como parte del grupo de inmigrantes latinoamericanos que llegaron a España a principios del año 2000 por el impacto de la globalización y el desarrollo económico del país (Santillán, 2017). Continuamos con la investigación periódica de la imagen de México en los diarios *El País* y *El Mundo*, descubriendo que proyectan un país fuerte histórico, cultural y turísticamente, pero débil en la lucha contra la corrupción y el narcotráfico, y para controlar la violencia social (Santillán, 2014).

A lo largo de los últimos años esta visión violenta del país se va consolidando como el principal factor de interés informativo. Es una realidad actual marcadamente negativa que se transmite desde los medios de comunicación y que influye en la percepción que los españoles tienen de México. Esta tendencia que ha sido observada en la prensa editada en Madrid quiere verificarse durante un período de cuatro años en dos diarios catalanes considerados como periódicos de referencia ⁴ (Merrill, 1968; Vidal Beneyto e Imbert, 1986).

⁴ La prensa de referencia se caracteriza por tener una sólida estructura organizativa, controles de calidad y una agenda informativa global que tiene un gran impacto e influencia en las élites políticas, económicas y culturales.

Algunos datos de la relación Cataluña – México

PARA conocer y valorar los vínculos entre diplomáticas, económicas, culturales y sociales entre Cataluña y México, ofrecemos una serie de datos actualizados sobre aspectos comerciales, turístico y de inmigración entre ambas regiones.

3.1. Catalanes en México

En términos comerciales, con datos del Deutsche Bank (2016), Cataluña es el primer socio comercial de México con una cuota de mercado del 34%. Por ejemplo, hay 1.578 empresas registradas que regularmente exportan al país y para el año 2015, comercializaron 1.257 millones de euros, el 29.5%, una tercera parte del total que exporta España. Los principales envíos son vehículos (20.8%), maquinaria (10.8%) y textil (8.3%). También se contabilizan 200 empresas catalanas en territorio azteca entre las que destacan: AMES, Appuls, Idinda, Ascamm, Brimo, Doga, Hoffmann, Procad, Zanini que tienen una actividad comercial continua.

En los últimos años empresas textiles como Carlomango, Ritex 2022, Mango, Custo, Sita Mur invierten en el país a través de acuerdos con sociedades mexicanas como El Palacio de Hierro, Liverpool y Sears. Otra área a destacar es la inversión catalana en el sector turístico, compañías hoteleras como Barcelò, Catalonia, Princess H10 llevan años instaladas en el Caribe mexicano.

Con respecto al turismo, de los 17 millones de turistas internacionales que visitaron México en el primer semestre de 2016, españoles que

llegaron por vía aérea fueron 361.498, de los cuales una cuarta parte procedían de Cataluña.⁵

En la cuestión de inmigración, México siempre ha sido una tierra de acogida para los catalanes. Destaca la época del exilio franquista en 1938, el Gobierno mexicano de Lázaro Cárdenas recibió a 6.000 catalanes que huían de la represión franquista. Desde entonces se formó una valiosa colonia de exiliados catalanes que participó en la modernización mexicana aportando su historia, conocimiento y valores humanos que engrandeció todos los ámbitos de la sociedad de acogida. Para el año 2016 se contabilizan 12.000 residentes catalanes en México, muchos son descendientes de exiliados que se sienten plenamente mexicanos y a la vez vinculados con Cataluña. Otros han llegado en los últimos años expulsados por la crisis en España que estalló en 2008.

3.2. Mexicanos en Cataluña

La relación México y Cataluña se inició en 1520 cuando la princesa Xipagatzin, hija de Moctezuma, fue llevada por un noble a un pueblo del Pirineo catalán, así lo registra Jordi Soler en su novela *Ese Príncipe que fui* (2016). El escritor cuenta que la princesa azteca vino acompañada con un séquito de 150 personas que incluía a su hermano predilecto, damas de compañía, hechicero y sirvientes.

Para el año 2016, según cifras oficiales del gobierno español, residen 6.318 mexicanos, casi la mitad tiene la nacionalidad española y 3.627 tarjeta de residencia. La mayoría vive en Barcelona. Para los mexicanos, Cataluña es el segundo destino para emigrar después de Madrid (INE, 2016).

Los datos también señalan que se trata de una población compuesta por más mujeres que hombres, con una media de edad de 36 años, universitarios y de clase media. El hecho de que sea una población cualificada, los hace personas que participan activamente en la vida económica, académica, cultural y social de Cataluña.

⁵ Informe Turístico Anual. Secretaría de Turismo. Gobierno de México. 2016.

Con respecto a la actividad económica, hay 20 grandes empresas de capital cien por ciento nacional. En el tema de las pymes, destaca la creación de negocios, principalmente, en el ámbito de la gastronomía, por ejemplo, en Barcelona hay registrados 50 restaurantes mexicanos.

En términos académicos, Cataluña recibe cada año cerca de 900 estudiantes mexicanos que vienen a realizar un intercambio, cursar un posgrado o realizar una estancia de investigación (INE, 2016). Para ellos la oportunidad de estudiar les ofrece una alta socialización con la población autóctona que resulta muy positiva para construir vínculos laborales o sentimentales (o ambas) que dan oportunidad para quedarse.

En cuanto al turismo, vienen 50.000 turistas mexicanos al año. Son viajeros que se caracterizan por su interés por la cultura y en las compras y por tener un alto nivel de gasto⁶.

Por último, el análisis de la imagen periodística de México en Cataluña también se presenta interesante para conocer la visibilidad de los residentes mexicanos, no tanto por su importancia numérica sino por sus características de migración cualificada en un contexto transnacional, que es cuando las personas se instalan en el extranjero y sus actividades repercuten tanto en su país de origen como en el de acogida.

4. Objetivos

1. Cuantificar la cobertura informativa de México en los dos diarios de mayor difusión

¿Cuánta información de México se publicó de forma general? ¿Qué tan importante fue para cada diario? ¿Qué ciclos mensuales y anuales tuvieron los flujos informativos? ¿Cuántas fueron piezas de información y cuántas de análisis u opinión? ¿En qué sección del diario se publicaron? Estas respuestas se pretenden contestar mediante la contabilización de la información difundida por cada diario.

⁶ Datos de la Dirección General de Industria y Turismo. Generalidad de Catalunya. 2015.

2. Conocer quiénes participan, lugar dónde se firman las informaciones y las fuentes utilizadas en la producción informativa sobre México, así como la temporalidad del acontecimiento

Aquí se pretende identificar a personas y su ámbito social como productores de información, análisis y opinión de México. También conocer la ciudad donde se firma la nota, la temporalidad del acontecimiento (si es información del día a día o se aborda un tema novedoso o se profundiza en uno) e identificar el lugar donde ocurre el acontecimiento. Por último, determinar las personas, grupos e instituciones como fuentes informativas. Con estos datos conoceremos “el origen” de la información mexicana publicada por los diarios.

3. Identificar temas y protagonistas que definieron la cobertura de México en la prensa

Aquí se quiere, conocer y clasificar los temas más frecuentes de la cobertura informativa mexicana para determinar la agenda mediática del país y valorar la existencia de una agenda común en los diarios para conocer coincidencias o discrepancias temáticas. Asimismo, identificamos a los protagonistas de la información y su ámbito social.

4. Medir la valoración periodística de los acontecimientos y personajes

Evaluamos temáticas y protagonistas con el fin de determinar el tipo de tratamiento informativo (positivo, neutro o negativo) que hizo la prensa de México.

5. Valorar la información para saber si afectaban o no a la imagen de México

Se trataba de reconocer las consecuencias positivas o negativas que la información podría tener para la imagen de México. También

recoger un balance anual de 2013 a 2016 de la imagen de México en la prensa catalana.

6. Identificar las referencias a México

El propósito es identificar las referencias al país en categorías de positivas o negativas que construyen una idea del país.

5. Metodología

La metodología aplicada en esta investigación se centra en el análisis de contenido que nos garantiza estudiar la comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa (Kerlinger, 1986; Bardin, 1996; Piñuel y Gaitán, 1999) y resulta apropiado para nuestro objeto de estudio, ya que su aplicación ha sido realizada con éxito a los medios impresos (Calleja, 2008: 109).

5.1. Medios seleccionados

La muestra tratada está compuesta por dos diarios de ámbito autonómico, de información general y son los de mayor difusión. Se trata de *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya* ambos editados en Barcelona. El primero pertenece al Grupo Godó que tiene una larga historia empresarial, donde *La Vanguardia* es el medio de comunicación insignia. *El Periódico de Catalunya* es propiedad del Grupo Zeta prestigiosa empresa de comunicación que edita otra serie de publicaciones. Además, los dos diarios presentan las siguientes posiciones editoriales: *La Vanguardia* centro derecha; *El Periódico de Catalunya* centro izquierda. Ambos están ligados ideológicamente con el nacionalismo catalán. Por último, los dos diarios desde hace años tienen corresponsales en la Ciudad de México.

Según datos de la Oficina de la Justificación de Difusión (OJD) tienen una posición de liderazgo en Cataluña. Para el año 2015 *La Vanguardia* tuvo una difusión de 123.484 lectores, ocupando el primer lugar como diario más leído. *El Periódico de Catalunya* goza de la segunda posición con 80.685 lectores (OJD, 2015)

Con los datos de difusión y características explicadas, podemos afirmar que los dos diarios tienen un papel valioso en la configuración

de la opinión pública catalana, lo que tiene incidencia sobre la perspectiva del análisis de la imagen mediática de México.

5.2. Muestra y unidades de análisis

Los datos se obtuvieron de una muestra de la información de México publicada entre los años 2014 y 2016 en las ediciones en papel de *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*. El tamaño de la población fue de 2.904 diarios publicados (363 X 4 años X 2 diarios). Sobre este universo se realizó un muestreo sistemático y aleatorio, esto es, se 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 1.344 (192 semanas por siete números a la semana, 672 días por periódico). Ello supone el 46.28% de periódicos analizados. Por *información de México* entendemos cualquier texto que, independiente de su género periodístico, (noticia, entrevista, reportaje, breve, artículo de opinión, editorial o análisis) publicado en cualquier sección hiciera referencia al país azteca. Con este procedimiento se identificaron 272 informaciones como unidades de análisis. La muestra de cuatro años⁷, es un período suficientemente amplio para conocer la dinámica informativa general y tener una muestra muy representativa.

5.3. Ficha de análisis de contenido

La ficha de análisis de contenido estaba formada por cuatro grandes apartados generales y contenía los siguientes indicadores:

1. Datos de identificación

Para cada unidad de análisis se identificó: el diario (1. *El Periódico de Catalunya*, 2. *La Vanguardia*), el mes de publicación –desde 1. Para enero hasta 12 para diciembre). El tipo de información (1. Noticia, 2. Entrevista. 3. Reportaje. 4. Breve. 5. Crónica. 6. Artículo. 7. Editorial. 8. Análisis). La sección donde se publicó (1. Internacional, 2. Nacional/Política, 3. Comunidades, 4. Economía/negocios, 5. Cultura, 6. Deportes, 7. Opinión, 8. Sociedad 9, Ciencia 10).

⁷ En la etapa de codificación del protocolo de análisis de contenido contamos con dos codificadores para evitar sesgos y darle fiabilidad al estudio.

2. Producción de la información

Indicadores:

- a) Quién elabora la información (1. Agencia, desglosada en 11. Efe, 12. Reuters, 13. Notimex, 14. Europa Press, 15. Otra, 2. Corresponsal, 3. Redacción Barcelona, 4. Articulista / columnista, está desglosada en: 51. Político, 52. Intelectual / escritor, 53. Periodista, 6. Freelance, 7. Enviado especial, 8. Experto, 9. Sin firma 11. Otro).
- b) Ciudad donde se firma la nota (1. Ciudad de México, 2. Madrid, 3. Barcelona, 4. Otro país europeo, 5. Estados Unidos, 6. País latinoamericano, 7. Sin localización).
- c) Temporalidad del acontecimiento (1. Actualidad (día a día), 2. Tema novedosos o se profundiza en uno).
- d) Lugar geográfico donde ocurre la noticia (1. Ciudad de México, 2. Guerrero, 3. Chihuahua, 4. Michoacán, 5. Jalisco, 6. Estado de México, 7. Baja California, 8. Sinaloa, 9. Sonora, 11. Veracruz, 12. Tamaulipas, 13. Oaxaca, 14. otro Estado, 15. Madrid, 16. Barcelona, 17. Sevilla, 18. País Vasco, 19. Galicia, 20. Otra Comunidad, 21. Estados Unidos, 22. País europeo, 23. País latinoamericano, 24. Otro país).
- e) Fuentes informativas (1. Prensa local, 2. TV, radio local, 3. Agencias, 4. Agentes oficiales, 5. Académicos/intelectuales, 6) Expertos, 7. Periodistas locales, 8. Dependencias extranjeras, 9. “Víctimas de algún delito”, 10. Corresponsales de medios extranjeros, 11. Empresarios, 12. Testigos de los acontecimientos, 13. Informes, estudios, 14. Internet (Facebook, YouTube, 15. Sin especificar).
- f) Ciudad donde se firma la información. (1. Ciudad de México; 2. Otro estado mexicano; 3. Madrid; 4. Barcelona; 5. Otro país; 6. Sin localización).

3. Indicadores relacionados con el tema abordado

- a) Tema general de la noticia (1. Política interna, 2. Política internacional, 3) economía/negocios, 4) Cultura, 5) Turismo, 6) Deportes, 7. Sociedad, 8. Sucesos).

b) Subtema de la noticia se definieron 60 categorías que clasificaban cada noticia con respecto al tema determinado previamente. Por ejemplo, para Política interna había once ítems: 1. Inseguridad, 2) Reformas energéticas, 3) Elecciones, 4) protestas sociales, 5) Corrupción, 6) narcotráfico. Además, cada noticia tenía categorías para ser clasificada, por ejemplo para el subtemas inseguridad estaban: 1.1. secuestros; 1.2. robos; 1.3. desapariciones forzadas⁸; 1.4. asesinatos; 1.5. femenicidios.

c) Profundidad del subtema tratado. Se definieron los criterios de: espacio de redacción dedicado, apoyo infográfico y un desarrollo de las informaciones con datos y fuentes. De esta forma se definen tres: valor 1 nada, cuando la información comprendía menos de un cuarto de página, no contenía esquemas, gráficos o infografías y sólo tenía una fuente; valor 2 moderadamente tratado, cuando la información comprendía entre dos y tres cuartos de páginas, contenía alguno de los siguientes elementos: esquemas, gráficos o infografías y tenía al menos una fuente; valor 3 mucha, la información tratada tenía más de tres cuartos de página, dos de los siguientes elementos: esquemas, gráficos o infografías y tenía al más de una fuente

d) Para los protagonistas de la información se definieron las siguientes categorías (1. Presidente mexicano, 2. Miembro del gobierno mexicano, 3. Miembro del PRI, 4. Miembro de otro partido político, 5. Cuerpo diplomático mexicano en España, 6. Familiar (esposa, hija) del presidente, 7. Miembros del Gobierno español, 8. Políticos españoles, 9. Miembros de la Casa Real, 10. Diplomáticos españoles en México, 11. Empresario español, 12. Empresario mexicano, 13. Escritor / intelectual/pintor mexicano, 14. Escritor/intelectual/pintor español, 15. Deportista mexicano, 16. Deportista español, 17. Actor/cantante mexicano, 18. Actor/cantante español, 19. Académico mexicano, 20. Académico español, 21. Cocinero mexicano, 22. Cocinero español, 23. Empresas mexicanas, 24. Empresas españolas, 25. Periodista español, 26. Periodista

⁸ Entendida cuando quien “pierde” a un familiar es cometida por policías, militares o algún otro funcionario público.

mexicano, 27. Preso ETA, 28. Mexicano víctima de un episodio de inseguridad, 29. Española víctima de un episodio de inseguridad, 30. Mexicanos residentes en Barcelona).

e) Valoración de los protagonistas. Se estableció una escala con tres ítems (1. Positiva, 2. Neutra, 3. Negativa).

4. Indicadores relacionados con la valoración periodística

a) Evaluación de la noticia para la imagen de México. (1. Negativo, si el suceso en sí o sus posibles consecuencias podían considerarse como no deseables para la imagen de México/instituciones/responsables políticos/ciudadanos, 2. Positivo, el acontecimiento o sus posibles consecuencias como deseables para la imagen de México/instituciones/responsables/ciudadanos, 3. Neutro. No queda clara la evaluación, se presenta de manera ambigua).

b) Evaluación por áreas temáticas. Cada subtema de política nacional, economía/negocios, cultura, política internacional, deportes y sucesos se valoró las categorías de negativo, positivo o neutro según los parámetros explicados en el anterior indicador.

5. Referencias de México en la prensa

a) Para medir la presencia de referencias a México localizamos el principal enunciado en categorías positivas y negativas. Los enunciados son palabras o frases que contenga alguna referencia para el país ya sea positiva o negativa. En la primera se definieron cinco categorías: 1= Vigor económico, 2= Fortaleza cultural, 3= Buen gobierno, 4=amigo, socio, 5= Gente creativa, talentosa. Los enunciados negativos fueron: 1= País violento/peligroso, 2=Narco-estado, 3= Gobierno en crisis fallido. 4= Gobierno que no protege los derechos humanos.

5.4. Fiabilidad

La recogida de datos fue realizada por dos codificadores, que fueron capacitados previamente en los criterios de codificación. Para determinar el acuerdo interjueces se codificó un 10% de la muestra,

seleccionado aleatoriamente. Usando la fórmula de Holsti se obtuvo un .80 de acuerdo, lo cual indica un nivel de fiabilidad aceptable.

Posteriormente, con la información recogida, construimos una base de datos en SPSS. Esta herramienta informática sirvió para generar un análisis estadístico detallado y riguroso, de tal manera que podremos ofrecer una serie de datos, tablas y gráficos, que permitan observar, contabilizar tendencias, temáticas, personajes, valoraciones de cada periódico desde distintas perspectivas para examinar la cobertura de México en la prensa catalana.

6. Resultados

En este apartado se presentan los resultados del análisis de contenido de las informaciones de México que publicaron *La Vanguardia* (LV) y *El Periódico de Catalunya* (EPC) durante el período de 2013 al 2016 con el objetivo de aportar datos de interés sobre temas e imágenes que influyen en la percepción que tienen los lectores catalanes del país azteca.

6.1. Cobertura periodística

Los dos diarios estudiados publicaron un total de 272 informaciones referidas a México. Una media de cinco noticias por semana. El gráfico 1 muestra que LV difundió en sus páginas 116, el 42,6 % de las informaciones y EPC fueron 156, el 57,4%.

Fuente: elaboración propia

La diferencia de 40 informaciones entre los diarios muestra que EPC dio mayor atención en sus páginas al “tema México”, esta variación revela el primer filtro periodístico que los acontecimientos deben tener para ser seleccionados como asuntos de agenda temática. El análisis de la cantidad de textos señala el distinto interés que tuvo la cobertura mexicana en cada uno de los diarios y que se concreta en una media de dos noticias por semana en LV y tres en EPC.

La cuantificación de la presencia de México en la prensa catalana capacita observar un moderado interés informativo, si considerados que cada día se publican una media de diez noticias internacionales, las dedicadas al país azteca pone de manifiesto una relevancia media y una diferencia de 15 puntos en la cobertura entre ambos diarios.

6.2. Evolución temporal por año, mes y periódico

En el gráfico 2 podemos observar cómo la cobertura informativa tiene diferentes momentos. En 2013 tiene la menor presencia, dentro del ciclo de cuatro años estudiado, con un total de 47 textos en los dos diario. Para 2014 aumenta a 98, baja a 71 en el año 2015 y la visibilidad mediática del país termina con 56 publicaciones para 2016.

Fuente: elaboración propia

Los datos agregados del gráfico nos dan una idea precisa de esa variación temporal en cada año y en cada diario en la cobertura periodística de México. Las diferencias en la cantidad de textos se explican por los tipos de acontecimientos, los años en los que ocurren

y los intereses editoriales para dar mayor o menor atención en sus páginas. De acuerdo a ello, en 2013 son pocas las diferencias cuantitativas entre los medios impresos, 21 para LV y 26 para EPC, con una cobertura anual de 57 textos. En este ciclo inicia formalmente el gobierno de Ernesto Peña Nieto quien había tomado posesión el 1 de diciembre del año anterior que empezaría, por lo tanto, una nueva visibilidad internacional del país. La presidencia de Felipe Calderón (2006-2012) se había caracterizada por usar al ejército para combatir el narcotráfico y al crimen organizado.

Los años de 2014 y 2015 marcan, en consecuencia, nuevos ciclos para el proceso de construcción de la agenda informativa de México en la prensa catalana debido a la cantidad de textos publicados 98 y 71, respectivamente. En esos años se da la presencia periodística más alta del país. Para 2016 se mantiene en 56 textos, 25 LV y 31 en EPC, nueve más que en 2013 cuando inicia nuestro análisis. Esta pauta temporal indicaría que la cobertura mexicana inicia de manera moderada a ser un tema más recurrente, es decir, plenamente establecido en la agenda informativa catalana y, por tanto, en un asunto de conocimiento público.

Con respecto al análisis de la producción informativa de México por meses se identifica tres ciclos fundamentales a lo largo del período de estudio: son noviembre y julio con 30 textos, y octubre con 29 cuando se publica más información mensual. En cambio para febrero, junio y septiembre las informaciones son menores, hay una diferencia de seis piezas por mes. Y en los periodos de abril, mayo, agosto y diciembre bajan a una media de 18.

La circunstancia de que julio, octubre y noviembre sean los meses de mayor actividad noticiosa está unida con momentos en los que se dan acontecimientos importantes en el país como la reforma energética, la fuga de El Chapo Guzmán, elecciones legislativas, desaparición de los estudiantes de Ayotzinapa, sucesos que generaron mayor interés mediático por sus posibles consecuencias internacionales -apertura a la inversión extranjera, debilidad del sistema penitenciario, ineficacia en la aplicación de la justicia- por ello reciben mayor cobertura en los diarios. En ese sentido, la atención mediática concedida a México se desarrolla en términos de “normalidad”, es decir, de funcionamiento

típico de las rutinas periodísticas, cuando hay asuntos que tienen interés informativo se cubren, cuando baja la importancia, se da menos atención.

Fuente: elaboración propia

6.3. Informaciones de actualidad y de análisis y opinión

En relación al tipo de informaciones, las noticias, ocupan el 93,8%. En cambio, artículos de opinión, análisis y editoriales tienen un 6,3% de todo lo publicado.

Los datos del gráfico 3 señalan que la cobertura tuvo como principal difusión las noticias que tienen como intención informar de la actualidad, transmiten hechos y datos concretos de interés para los lectores. Por otra parte, la producción de opinión, sostenida en puntos de vista, interpretaciones y valoraciones fue escasa.

El hecho de que las noticias son el principal género periodístico en la cobertura mexicana, con 241 textos, tendrá como consecuencia un conocimiento general de la dinámica política, económica, cultural y social del país por parte de los lectores. En nuestro caso de estudio, las noticias son el principal recurso empleado para llamar la atención de acontecimientos, identificar protagonistas que construirán la agenda mediática mexicana, y por supuesto, la percepción pública en las audiencias. En otras palabras, tanto LV como EPC primaron la

difusión de noticias como la principal forma de expresión para transmitir contenidos referidos a México que enmarcaban el conocimiento y debate de los asuntos del país en sus lectores. Esta estrategia editorial delimitaría la intensidad y las características de los acontecimientos que configurarían la imagen de México en los dos diarios.

Fuente: elaboración propia

Con respecto a la producción de análisis y opinión, sólo son 17 textos, el 6,3 por ciento de toda la información, los datos confirman que la función periodística de analizar e interpretar los acontecimientos fue de poco interés para los periódicos.

Por último, del número de informaciones es también llamativo el apoyo gráfico, ya que en el 80% del total de unidades analizadas cuentan con fotografías. Un porcentaje mayoritario, 60%, corresponde a las noticias y de éste el 45,5% a informaciones ligadas con la política interna mexicana. Esta estrategia editorial fue un reclamo para atraer la atención de los lectores en temas como la inseguridad, el narcotráfico o la corrupción, temas con gran interés informativo por el conflicto social que encierran y que centran la atención de los medios (Raboy y Dagenais, 1992: 3) y que estudiaremos más adelante.

6.4. Clasificación de las informaciones

La tabla 1 muestra los datos desglosados de los tipos de información que publicó cada diario. Destacan las noticias como la pieza informativa más relevante en LV y EPC con un total de 225, el 82,7%. Después tienen una producción discreta las notas breves son 15 que forman el 5,5%; ocho reportajes, el 3,1% y siete entrevistas, 2,5%.

Los textos de análisis y opinión publicados en los dos diarios catalanes contabilizan un total 17. Siendo el artículo con 10 textos el que destaca más, 6 en LV y 4 en EPC, respectivamente. Y se publicaron dos editoriales en LV.

Tabla 1. Tipo de informaciones en cada diario

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Noticias	99	142	225	82,7
Breves	10	5	15	5,5
Entrevistas	4	3	7	2,57
Reportaje	2	6	8	3,1
Artículo	6	4	10	2,94
Editorial	2	0	2	0,7
Análisis	4	1	5	1,83
Total	116	156	272	99,34

Fuente: elaboración propia

Con respecto a la producción de análisis y opinión que figuran en la tabla 2 identificamos 17 textos de los 272 analizados. Fueron 10 artículos de opinión, cinco análisis y dos editoriales. Por periódicos LV tuvo un total de 10 textos: 6 artículos: “Un grave problema demográfico” de J.I. Sarayana; “Paz, embajador en la India” de Carlos Casajuana; “La libreta de Federico Arreola” de Sergi Pamies; “El poder del pulque” de Quim Monzó; “La nueva revolución mexicana” de Manuel Castells, “El emigrante frente al magnate” de Xavier Mas de Xarxàs). Dos editoriales se publicaron en 2015, uno

titulado “Crisis a la mexicana” y el otro “El Chapo Guzmán como símbolo”.

ELP, cuatro artículos: “Un México desconsolado” de Juan Villoro el 8/07/2013, “México no tan lindo” Ramón Lobo el 22/02/2015, “México oculta la chiconguaya”, 16/09/2016 y “Poniatowska: El compromiso con México”, de Juan Fernández el 20/11/2013.

El análisis de los contenidos de opinión en orden decreciente como se visualiza en la tabla 2 fueron cinco de política interna, cuatro de cultura y uno de política internacional. Si vinculamos con el análisis de las temáticas de las noticias, Tabla 11, podemos ver que las piezas de opinión tuvieron casi el mismo interés informativo al destacar acontecimientos de política interna y culturales como los temas a editorializar. Hay una ligera diferencia con las temáticas de las noticias en la clasificación general, y es que la opinión de asuntos internacionales y los de economía/negocios, tiene el mismo interés para generar opinión, a diferencia de las piezas informativas en donde estos últimos ocupan el segundo lugar en términos cuantitativos.

Tabla 2. Textos de análisis y opinión

	LV	EPC	LV	EPC	LV	EPC	Total
	Artículo		Editorial		Análisis		
Política interna	3	2	2		1		8
Cultura	2	2			3		7
Política internacional	1						1
Economía/negocios						1	1
	10		2		5		17

Fuente: elaboración propia

Los datos de la baja producción de análisis y opinión son un reflejo del poco interés que originaron estas informaciones como asuntos para explicar e interpretar los acontecimientos mexicanos desde una perspectiva reflexiva, que facilitará la comprensión de noticias que la actualidad iba silenciando con nuevos contenidos informativos.

6.5. Sección donde se publicaron las informaciones

A continuación explicamos las secciones del periódico donde se ordenaron las informaciones. De la tabla 3 se aprecia que fueron principalmente en tres secciones: Internacional, Cultura y Economía donde se publicaron el 85%. Los datos inferiores que tienen las noticias en las páginas de Sociedad, Opinión, Nacional y Deportes indican su menor grado de organización jerárquica en el periódico, y por lo tanto, unido con un menor interés informativo.

Analizando los datos tenemos que la primera jerarquización periodística la ocupó la sección de Internacional con 125, el 46%. En segunda posición el apartado de Cultura con 53, con un 19,6%. En tercera posición fueron 52 piezas, el 19,2% en la sección de Economía/negocios. La cuarta posición para Sociedad con 16 que hace un 5,9%; la quinta para Opinión con 11, un 4,1%; En Nacional se clasificaron 9 noticias, 3,3% para ocupar la sexta posición. Y por último, la de Deportes con cinco contenidos, el 1,8%. Por tanto, los datos recogidos muestran que a la hora de abordar la información de México, los dos periódicos, la organizaron, principalmente, en el apartado de Internacional siendo fácilmente identificable por los lectores porque por norma general aquí se agrupan las informaciones que se producen más allá de las fronteras de un país.

Tabla 3. Clasificación de las informaciones por sección del periódico

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Internacional	36	89	125	46,1
Cultura	28	25	53	19,6
Economía/negocios	37	15	52	19,2
Sociedad	1	15	16	5,9
Opinión	8	3	11	4,1
Nacional	5	4	9	3,3
Deportes	1	4	5	1,8
Total	116	156	272	100%

Fuente: elaboración propia

6.6. Productores de la información

Las personas que participan en la producción de la información internacional es un aspecto de gran importancia para conocer el trabajo de los profesionales que influyen como mediadores en las noticias, y en nuestro caso, las que construirán la agenda exterior de un país. En el caso de México en la prensa catalana, como se ve en la Tabla 4, los corresponsales fueron el grupo que produjo más información con 76 textos, el 28%. Su protagonismo se debe a que son los destinados por sus diarios para enviar de forma habitual información del país o zona del extranjero que cubren.

Le siguieron muy de cerca las agencias de noticias con un total de 65 piezas, 24%. En este apartado sobresale *Efe* con 43 informaciones, 9 en LV y 34 en EPC. Después los periodistas con 56 participaciones, el 20,6%. Les siguen los miembros de la redacción, con 43 informaciones, 16 en LV y 27 en EPC. Con un papel discreto, como productores informativos, están los expertos y los intelectuales/escritores y los periodistas con el 2,5% y 2,2% respectivamente.

Tres aspectos llaman la atención de los datos, el primero la corresponsal del LV, que tiene su sede en Ciudad de México, es responsable de la cobertura no sólo de México sino también de Centroamérica y el Caribe, ese hecho puede explicar que tenga 22 notas menos que su homólogo del EPC quien se dedica exclusivamente a la cobertura mexicana. En el periodo estudiado se detectó que la periodista de la LV tuvo que combinar su trabajo de la cobertura de México con la atención informativa a Cuba y Venezuela, países donde hubo una alta actividad noticiosa por el deshielo de las relaciones entre cubanos y estadounidenses en 2014 y el Gobierno de Nicolás Maduro en Venezuela.

Segundo aspecto, las cuatro notas que se identificaron de los enviados especiales, en LV y EPC, ocurrieron en momentos precisos: la visita a México del rey Felipe VI (29 y 30 de junio de 2015) y la del Papa Francisco (12 al 17 de febrero de 2016). Esto significa que los corresponsales tienen un apoyo esporádico de parte de sus medios para reforzar en el día a día su trabajo.

El tercer aspecto que sólo siete noticias, el 2,6%, de un total de 272 no están firmadas. Por tanto, los diarios estudiados intentaron casi siempre señalar el origen de la información, lo que demuestra un alto grado profesional para identificar la procedencia de los autores de las noticias.

Tabla 4. Productores de la información de México

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Corresponsal	27	49	76	28
Agencias	17	48	65	24
Efe	9	34	43	15,8
Reuters	2	3	5	1,8
Europa Press	1	3	4	1,4
Otras	5	8	13	4,7
Periodistas	40	16	56	20,6
Miembros de la redacción	16	27	43	15,8
Experto del tema	5	2	7	2,5
Sin firma	5	2	7	2,5
Intelectual/escritor	4	2	6	2,2
Redacción México	0	5	5	1,8
Enviado especial	2	2	4	1,4
Total	116	156	272	98,6

Fuente: elaboración propia

6.7. Temporalidad del acontecimiento

La tabla 5 muestra que en la construcción periodística de México tuvo mayor relevancia narrativa las informaciones de actualidad, que suman 145 textos. Es decir, el 53,3% eran del día a día de

acontecimientos políticos, económicos y sociales del país que iban ocurriendo a diario y eran recogidos por los periódicos.

Tabla 5. Temporalidad del acontecimiento

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Día a día	63	82	145	53,3
Tema novedoso o se profundiza en uno	53	74	127	46,7
Total	116	156	272	100

Fuente: elaboración propia

Abordar hechos internacionales, desde el ángulo de la actualidad informativa, condiciona el trabajo del corresponsal y la dinámica interna del medio. Porque para el primero deberá ceñir su actividad diaria a lo que está ocurriendo en la región donde está destinado, para que en el menor tiempo posible pueda enviar la información a su medio. Para las organizaciones periodísticas se trata de maximizar esfuerzos editoriales y recursos técnicos para publicar lo más pronto posible la noticia para competir en el mercado de la información que la aparición de Internet ha incrementado la cantidad y rapidez de la difusión de información.

Por otra parte, los datos también señalan que la información sobre México tuvo una característica importante la propuesta de nuevos temas o profundizar en ellos, así se observa en el 46,7% de las piezas. Esta actividad revela que los diarios trabajaron para ir más allá en la cobertura de los acontecimientos mexicanos, este hecho se corrobora con el dato de que en LV sólo hay una diferencia de 10 informaciones entre las que tratan del día a día y las de desarrollar nuevos temas o profundizar en alguno, lo mismo ocurre en el EPC que son ocho más las piezas que recogen información de actualidad que de investigación.

Para dar una mayor perspectiva a la cantidad de las informaciones temporales las interrelacionamos con los temas para conocer a qué se dio mayor profundidad en la cobertura.

En la tabla 6 se observa que las 64 piezas de Política interna contaron con un trabajo periodístico más riguroso que deseaba ir más allá de la dinámica informativa diaria y quería proyectar temas novedosos o profundizar en ellos. Con respecto, a las informaciones de Cultura destacan las que aportan nuevos enfoques son 32 en relación a las de temas del día que contabilizan 25. En cambio en los temas de Negocios/economía resalta un interés editorial de primar la información de actualidad que la de examinar, 35 y 15 respectivamente. También vemos que hay casi una coincidencia en el tratamiento de las piezas de Política internacional, 12 del día a día y 11 de temáticas nuevos. Por último, las noticias de Sucesos tratan mayoritariamente de acontecimientos del día a día, son 9 de un total de 12. Y las de Deportes y Sociedad forman el 1,5% cada una y se relacionan con la dinámica informativa de actualidad.

Estos datos indican que los dos periódicos catalanes muestran un interés importante por procurar no ceñirse a una cobertura rutinaria de México, sobretudo en áreas de Política interna y Cultura, aplican prácticas profesionales que tienen como resultado reflexionar e investigar sobre la temática informativa del país para abordar nuevos contenidos noticiosos que ofrezcan un nuevo marco de conocimiento en los lectores.

Tabla 6. Temporalidad de las informaciones por área temática

	Día a día	Tema novedoso o se profundiza en uno	Total	%
Política interna	57	64	121	44,5
Cultura	25	32	57	21
Economía/negocios	35	15	50	18,4
Política internacional	12	11	23	8,5
Sucesos	9	3	12	4,8
Deportes	4	0	4	1,5
Sociedad	4	0	4	1,5
Total				100

Fuente: elaboración propia

6.8. Lugar geográfico donde ocurre la noticia

Los resultados que se presentan en la Tabla 7 señalan que el principal foco de atención informativa fue la Ciudad de México con un 48,5%. Le siguieron los estados de Guerrero con 5,9%, Michoacán y Chihuahua con un 4%, Estado de México 1,8%, Sinaloa 1,5% y Oaxaca 1,3%. Por último, la categoría “Otros estados del país” contabilizan un 19,8%. Estos primeros datos nos llevan a afirmar que la cobertura periodística de México se estructuró en términos “centralista”, lo que supone que la actividad política, económica, cultural y social de la capital del país, a diferencia de otros estados, tiene muchas probabilidades de ser noticia. Se indica de forma muy discreta las ciudades de Guerrero con un 5,9% y Michoacán con un 4% y de manera eventual otros nueve estados. De las otras 19 regiones que componen el país no se registró ninguna información. Por lo tanto, los contenidos periodísticos mexicanos en la prensa catalana, en cuanto al origen geográfico de los acontecimientos a narrar, presentan un marcado carácter capitalino o centralista.

Barcelona ocupa la tercera posición como origen geográfico de las informaciones con 18% y Madrid tiene el 4,4%. Esta cifra de la Ciudad Condal como raíz de la noticia se explica por los importantes intereses bilaterales en áreas principalmente económicos y culturales que generan interés para darles cobertura periodística. Otro factor informativo son las actividades artísticas y comerciales de los miembros de la diáspora mexicana que se han sentado en los últimos diez años.

Los Estados Unidos con un 3,3% como origen informativo se relacionan con la estrecha relación con México, principalmente en aspectos de inmigración y con reconocimientos a cineastas mexicanos en los últimos tres años. Por último, las informaciones identificadas en otro país europeo -Ginebra y Bruselas- están relacionadas con organismos internacionales que solicitan al gobierno mexicano investigaciones fiables de la desaparición de los estudiantes desaparecidos de Iguala.

Tabla7. Lugar geográfico donde ocurre la noticia

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Ciudad de México	60	72	132	48,5
Guerrero	3	13	16	5,9
Michoacán	1	10	11	4
Otros estados (9)			25	9,9
Barcelona	33	16	49	18
Madrid	7	6	13	4,8
Estados Unidos	5	4	9	3,3
Otro país europeo	1	4	5	2.0
Total	116	156	272	

Fuente: elaboración propia

6.9. Lugar donde se firma la información

La tabla 8 muestra la presencia de los periodistas en el lugar donde se producen los acontecimientos, observándose que EPC a diferencia de LV, dedicó más esfuerzos para estar en el sitio donde ocurren las noticias. Esta práctica periodística ofrece al lector un acercamiento mayor y más profundo al hecho noticioso, así como una contextualización respaldada en un conocimiento directo de la información que se reseña.

Si analizamos estos datos, vinculando con el apartado anterior del lugar donde ocurren las noticias sobre México, podemos ver que 113 de las noticias que pasan en México, un 41,5%, las firman periodistas que se desplazan a la zona donde se originan los hechos, pero hay 19 noticias en donde el informador no está presente .

Los mismo pasa cuando analizamos el dato de las informaciones que se firman en Barcelona que es de un 33,8%, cuando se muestra que sólo el 18% de ellas ocurrieron en la ciudad catalana. Otro valor

interesante es el 5,1% de información sin localización porque muestra que los medios tienen que apostar por cumplir con el precepto periodístico de identificar geográficamente todas las informaciones.

En resumen, el análisis de los datos del lugar donde se firma la información de México de los dos diarios catalanes, revela que un 70% de las noticias analizadas son firmadas desde la Ciudad de México y un 20% desde la redacción de Barcelona, este último sitio muy alejado de donde se producen los acontecimientos.

Las cifras de la identificación del lugar desde el que se firma la noticia, tabla 8, y la ciudad donde ocurre, tabla 7, muestra diferencias de entre un 20 y 30 por ciento donde el periodista no está presente *in situ* donde ocurren los acontecimientos. Ejemplo de ello son las 92 noticias firmadas desde la redacción de Barcelona, cuando sólo ocurrieron en esa ciudad 49, una diferencia de 26 puntos porcentuales. Esta situación provoca que se dé una perspectiva general, alejada del conocimiento directo de los hechos y por lo tanto, una visión sesgada e incompleta, en este caso, de México en la prensa catalana.

Tabla 8. Lugar donde se firma la información

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Ciudad de México	36	77	113	41,5
Barcelona	52	40	92	33,8
Madrid	7	10	17	6,3
Otro país	10	7	17	6,3
Sin localización	5	9	14	5,1
Otro Estado donde ocurre la noticia	3	10	13	4,8
Otros	3	3	6	2,2
	116	156		100%

Fuente: elaboración propia

6.10. Fuentes informativas

Tal como hemos visto, las fuentes informativas son uno de los principales factores que componen la agenda mediática. Por ello para su análisis en este trabajo las entendemos como todas las personas que, a título propio o en representación de un grupo o institución, aportan información, análisis u opinión (Martínez Nicolás, Francescutti y Tucho 2011: 34). Además de verificar el cumplimiento de la norma periodística de que toda información debe ir acompañada de la fuente. La identificación y composición de las fuentes permitirá medir el acceso a la prensa de los diferentes colectivos relacionados con la representación mediática de México en Cataluña. También, en este trabajo, considerados como fuente la consulta de informes, estudios que el periodista realiza para obtener datos que fundamenten sus informaciones. Y agregamos como categoría de estudio redes sociales como Facebook o YouTube, fuentes que emergen como recursos de donde el periodista obtiene información para redactar su nota.

En la tabla 9 se visualizan los datos de las principales fuentes informativas utilizadas por la prensa catalana para informar sobre México. En primer lugar están los agentes oficiales con el 30,5% de toda la información. Aquí son los miembros del gobierno y de las instituciones públicas quienes por su relevancia y legitimidad social tuvieron mayor capacidad para definir la cobertura periodística mexicana.

En segundo lugar aparecen los ciudadanos como testigos directos de los hechos con un 22%. La prensa dio un importante protagonismo a los testimonios de personas que habían vivido o conocido los acontecimientos para que de primera mano contarán lo qué había sucedido o diera su opinión. Resulta interesante esta característica, sobre la cobertura periodística de México, porque las declaraciones de personas implicadas directamente en los hechos fueron un valor informativo para que las fuentes no quedaran restringidas a los representantes políticos.

Tabla 9. Fuente informativas por ámbito social y periódico

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Agentes oficiales	26	57	83	30,5
Ciudadanos	31	29	60	22,1
Empresarios	26	11	37	13,6
Sin especificar	5	19	24	8,8
Informes, estudios	17	8	25	8,2
Prensa local	3	10	13	4,8
Dependencias extranjeras	5	6	11	4
Agencias de noticias	1	6	7	2,6
Académicos/ Intelectuales	1	5	6	2,2
YouTube, Facebook,	1	3	4	1,5
Total	116	156	272	98,3

Fuente: elaboración propia

Los empresarios con el 13,6% son la tercera fuente informativa y su importancia viene dada por su condición social, forman parte de un grupo con una situación económica privilegiada. Participan para ofrecer información ligada con las inversiones principalmente en México, su papel como fuentes para valorar u opinar sobre los acontecimientos es importante como revelan los datos.

Las fuentes sin especificar ocupan la cuarta posición con un 8,8%. Este dato pone de relieve la falta de cumplimiento de la norma periodística de identificar la fuente. La categoría Informes y estudios con un 8,2% señala que la labor de investigación y análisis de la información para los periodistas, en su tarea de conseguir material para su trabajo, fue discreta. Se trata de una rutina laboral que en esta investigación tiene mayor atención, si lo comparamos con la prensa local, como fuente informativa, que tiene un 4,8 y en estudios anteriores sobre periodismo internacional salía como la primera

opción del corresponsal para conseguir información (Tulloch, 2010: 89)

Otros grupos que apenas se hacen visibles son dependencias extranjeras con un 4%; agencias de noticias con un 2,6%; académicos/intelectuales el 2,2% y redes sociales el 1,5%. La poca presencia de estos colectivos reafirma que la cobertura periodística de México en la prensa catalana tuvo como base informativa las declaraciones, testimonios y opiniones de miembros del sistema político, ciudadanos como testigos directos y los empresarios. También destaca una actitud periodística por acudir a informes, estudios como material para avalar sus publicaciones.

6.11. Temas de las noticias

En el proceso de formación de la agenda mediática uno de los aspectos importantes es conocer los asuntos que se seleccionan y que servirá para delimitar el conocimiento y discusión pública de un asunto determinado. En este apartado se analiza la agenda informativa mexicana en los dos diarios catalanes mediante la identificación de los temas recogidos en cada diario.

En la tabla 10 podemos observar que el área que recibió más cobertura fue el de Política interna con un 44,5%, 121 informaciones. Este dato hace referencia a los problemas domésticos del país y que las funciones y competencias del Gobierno buscarán solucionarlos.

Cultura se convirtió en el segundo tópico de interés con el 21% de las informaciones analizadas. La prensa se hizo eco de asuntos como premios y presentación de libros de escritores mexicanos. Reconocimientos a cineastas mexicanos en Hollywood, entre otros aspectos.

El tercer tema más mencionado fue del área de Economía/negocios con el 18%. Aquí predominaron informaciones de inversiones y transacciones comerciales, principalmente, de empresas catalanas en México.

El resto de los temas, Política internacional con el 8,5%; Sucesos un 4,8%; Deportes y Sociedad con el mismo porcentaje de 1,5% tuvieron una atención temática menor en términos cuantitativos. Del primero destacan las noticias de asuntos migratorios entre México y

Estados Unidos. De Sucesos, dominaron las que trataban de fenómenos naturales y sus consecuencias para la población (ciclones, huracanes). Por último, Deportes y Sociedad tuvieron muy poco interés informativo en la prensa catalana, las referencias fueron a deportistas mexicanos que jugaban en el equipo de fútbol *Español*, y en Sociedad de *cotilleos* de la vida privada de cantantes aztecas.

Por diarios, los datos muestran que tres áreas temáticas: Política interna, Cultura y Economía/negocios fueron las que concentraron el 84% de toda la cobertura informativa de México en los dos diarios. ELP publicó 85 informaciones de Política internacional, 49 más que EPC. En cambio, este último difundió más de los temas de Cultura, 31 piezas, y de Economía/negocios 34, que su competidor 26 y 16 respectivamente.

Tabla 10. Temas de las informaciones

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Política interna	36	85	121	44,5
Cultura	31	26	57	21
Economía/negocios	34	16	50	18,4
Política internacional	14	9	23	8,5
Sucesos	1	12	13	4,8
Deportes	1	3	4	1,5
Sociedad	0	4	4	1,5
	116	156	272	100

Fuente: elaboración propia

6.12. Subtemas sobre México de política interna

Profundizando en el análisis de los subtemas referentes a la Política interna que han predominado en la cobertura de México en la prensa catalana, ver tabla 11. La inseguridad con el 34,4% y el narcotráfico con el 31,3 por ciento destacan como los más importantes. El tercero es la corrupción con un 9,4%; Derechos Humanos 6,2% y los subtemas reforma de leyes y protestas sociales comparten el 5,5%

cada una. Por último, elecciones es el indicador que tiene menos relevancia cuantitativa con un 2,3%.

Vistos estos resultados la proyección de la imagen de México en Cataluña se centró en temas referentes con la inseguridad (secuestros, robos, desapariciones forzadas, asesinatos, etc.⁹). La prensa dio cuenta de muertes tanto de mexicanos como de españoles y fue noticia muy importante la desaparición forzada de los 43 estudiantes de Ayotzinapa, Guerrero en octubre de 2014, y la muerte de María Villar, sobrina del presidente de la Federación Española de Fútbol, en septiembre de 2016. Con respecto a la temática del secuestro destaca el de los integrantes del grupo español Delorean que también ocupó la atención de la prensa.

Tabla 11. Subtemas sobre México de política interna

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Inseguridad	11	33	44	34,4
Narcotráfico	12	28	40	31,3
Corrupción	7	5	12	9,4
Derechos Humanos	2	6	8	6,2
Reforma leyes	3	4	7	5,5
Protestas sociales	2	5	7	5,5
Elecciones	1	2	3	2,3
Total	38	83	121	94,6

Fuente: elaboración propia

Durante los cuatros años de análisis el tema de la inseguridad dominó la presencia de México en los diarios catalanes, asociada a la

⁹ La desaparición “forzada” en México es entendida cuando quien “pierde” a un familiar es cometida por policías, militares o algún otro funcionario público. Este es el peor de los escenarios porque quien está obligado a investigar el destino de las víctimas puede ser el propio autor de la desaparición o cómplice de ella.

desprotección de la población civil ante los grupos organizados y la percepción de una escalada de violencia en el país. Este tema estuvo asociado temáticamente con la guerra entre los narcos que producía muertes y la detención del Chapo Guzmán en febrero de 2014, su posterior fuga en julio de 2015 y su recaptura en enero de 2016

Otra temática como la corrupción también tuvo relevancia cuantitativa y estuvo referida a la cancelación del contrato para construir el tren México-Querétaro, una inversión de 4,800 millones de dólares, y por último, la compra de la lujosa residencia por la mujer del presidente Peña Nieto, valorada en 3 millones dólares.

La reforma en sectores energéticos aprobadas en 2013 y las protestas sociales contra el gobierno de Peña Nieto por la mala planificación para encontrar a los estudiantes de Ayotzinapa, fueron otros temas del ámbito de la política interna que también tuvieron interés periodístico. Por último, las elecciones legislativas del 2015 la atención periodística se dirigió a resaltar que por primer vez habría candidaturas independientes en el país.

6.1.3. Subtemas sobre México de economía/negocios

Con respecto a la imagen económica que los diarios transmitieron de México destaca una percepción de oportunidad para invertir en el país con un 70% como se visualiza en la tabla 12. La gran mayoría de textos publicados están vinculados a reforzar la inversión en sectores como la banca, telecomunicaciones, energía, infraestructuras, sanidad, moda. La fuerte relación económica de Cataluña en el país azteca y su gran mercado interno son dos de los atractivos para las empresas catalanas que se mencionan en las informaciones.

En cuanto a las noticias referidas a la inversión mexicana en España estas contabilizan un 10%. Los contenidos tratan de empresas que buscan internacionalizarse haciendo sinergias con empresas catalanas y obtener beneficio del repunte económico del mercado español, tras la crisis de 2008. Finalmente, el 8% son noticias sobre delitos económicos vinculados a las irregularidades de la filial de la constructora española OHL, del empresario Villa Mir, en la contabilidad de su filial en México y que fue sancionada con una multa de 3,7 millones de euros, en agosto de 2016. En consecuencia,

la temática de economía en la agenda periodística se articula a partir de un escenario de alta oportunidad inversora para las empresas catalanas donde el país es representado como una región económica sólida así se entiende que sólo dos noticias, el 4% hablen de crisis económica.

Tabla 12. Subtemas sobre México de economía/negocios

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Inversiones en México	25	10	35	70
Inversiones en España	2	3	5	10
Delitos económicos	3	1	4	8
Crisis económica	1	1	2	4
Otros	3	1	4	8
Total	34	16	50	100

Fuente: elaboración propia

6.1.4. Subtemas sobre México de cultura

Los asuntos culturales tienen como interés mediático principal el reconocimiento a cineastas, escritores y artistas mexicanos con el 42% como aparece en la tabla 13. Además de informaciones vinculadas con promoción de libros, un 21%, obras de teatro y reseñas de películas mexicanas con un 8,7%. Estos datos ponen de manifiesto una dimensión de fortaleza cultural de México que trata de contrarrestar la proyección de sucesos de inseguridad y violencia en la prensa como explicamos en apartado de los subtemas de política interna.

La dimensión cultural mexicana se concreta en dos ámbitos: la literatura y el cine. En el aspecto de las letras, en el año de 2013 Elena Poniatowska y en 2015 Fernando del Paso recibieron el Premio Cervantes. El año 2014 cuatro mexicanos ganaron los premios literarios más importantes de España: El Planeta para Jorge Zepeda,

el Premio Anagrama para Sergio González, El Herralde de Novela para Guadalupe Nettel, y en 2015 también triunfó el mexicano Juan Pablo Villalobos. Estos reconocimientos tuvieron una gran presencia en los dos diarios catalanes, así lo corrobora las 24 informaciones, 14 en LV y 10 en EPC. Dentro de la temática literaria la publicidad de autores aztecas en Cataluña tiene 12 noticias, un peso importante como subtema de la agenda periodística cultural. También el teatro y el cine unido con la promoción de obras y películas mexicanas suscitaron interés en la prensa local, su valor cuantitativo del 8,7%, es relevante en términos de formación de una imagen de vigor cultural en la prensa.

Con respecto al ámbito cinematográfico, la cobertura informativa se refiere a los Oscar conseguidos como mejor director, en dos ocasiones, 2014 y 2015, para Alejandro Iñárritu por sus películas *Birdman* y *El Renacido*. Así como también este mismo reconocimiento de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas para Emanuell Lubezki como mejor cinefotógrafo para los años 2014, 2015 y 2016. Además la actriz mexico-keniana Lupita Nyong'o quien recibió el Oscar en la categoría de mejor Actriz de reparto en 2014 también tuvo cobertura en los diarios.

Otros temas de interés sobre México del ámbito cultural están el turismo con un 12,2% de noticias, que tratan de la variedad y belleza de las playas; el patrimonio histórico como bien cultural del país ocupó el 7% de informaciones. Por último, la gastronomía con sus variadas tradiciones culinarias como valor cultural tuvo el 8,7% de interés informativo.

En resumen, el análisis de las informaciones tanto en LV como en EPC señala que la literatura con los escritores mexicanos se consolidan como uno de los grandes valores culturales de México en Cataluña que es resaltado por la prensa local. Los premios internacionales obtenidos por sus literatos y cineastas, la promoción de libros, la difusión de obras de teatro y películas contribuyen a construir una imagen de riqueza intelectual. De esta manera, la cobertura periodística del país en sus ámbitos de literatura, cine, teatro, gastronomía, patrimonio histórico y lugar para hacer turismo

configuran una imagen de robustez frente a representaciones negativas de violencia, producto de la inseguridad y del narcotráfico.

Tabla 13. Subtemas de Cultura

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Premios escritores y cineastas	14	10	24	42,2
Promoción de libros	7	5	12	20
Teatro y cine	3	2	5	8,7
Turismo	4	3	7	12,2
Gastronomía	1	4	5	8,7
Patrimonio histórico	2	2	4	7
Total	31	26	57	98,8

Fuente: elaboración propia

6.1.5. Subtemas sobre México de política internacional

Este apartado tiene un peso menor en la agenda temática de México en la prensa catalana con un 8,5%, esto es, 23 informaciones, ver tabla 14. A este bloque corresponde principalmente las relaciones bilaterales con Estados Unidos y España.

En los contenidos analizados, destacan la relación comercial y la política migratoria con Estados Unidos, esto dos ámbitos ocupan el 60,7%. Las informaciones tratan de fortalecer los acuerdos económicos, proteger los derechos migratorios de los mexicanos. También se identifican ideas ligadas con el apoyo del gobierno estadounidense para combatir el narcotráfico, un aspecto negativo que afecta a la nación vecina.

La relación México-España tienen una importancia cuantitativa, del 30,4%. Los periódicos destacan la visita oficial del presidente Enrique Peña a Madrid en junio de 2014. Es resaltada en clave de buen

entendimiento y amistad entre ambos países. También se subrayan los vínculos de cooperación y la defensa de los intereses comunes. Asimismo, se pone el acento en las reformas en el sector energético realizadas por el Gobierno mexicano como oportunidad para la inversión española en una época de globalización.

Otro tema que sale a colación es el nombramiento de Fidel Herrera, ex gobernador de Veracruz de 2004 a 2010, como cónsul de México en Barcelona en octubre de 2015 que estuvo lleno de polémica por carecer de experiencia diplomática y estar presuntamente vinculado a grupos del narcotráfico.

De la visita del rey Felipe VI a México, en junio de 2015, la prensa hace un tratamiento de deferencia al país azteca, por ser la primera nación que visita en su recién inaugurada proclamación el monarca. Sobresale el agradecimiento del rey a México por su papel en la acogida de refugiados españoles que huían de la guerra civil.

Por último, el 8,6% de las informaciones que hacen referencia a México, como región de tránsito que los inmigrantes centroamericanos usan para llegar a Estados Unidos, están marcadas por el trato vejatorio de parte de las autoridades mexicanas.

Tabla14. Subtemas sobre México de política internacional

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Relación con Estados Unidos	6	2	8	34,7
Política migratoria	3	3	6	26
Relación México España	4	3	7	30,4
Inmigración de otros países	1	1	2	8,6
Total	14	9	23	99,7

Fuente: elaboración propia

6.16. Subtemas sobre México de Sucesos y Deportes

Los subtemas de Sucesos y Deportes ofrecen los porcentajes más bajos en la cobertura de México en los dos diarios catalanes como constata la tabla 15. En cuanto a Sucesos el 100 % son noticias de ciclones y huracanes que sucedieron en el Caribe mexicano (09/2013; terremotos 04/2014; huracanes (06/2014). También se observan informaciones de muertes como la explosión de una petroquímica en Veracruz que provocó 13 muertos (04/2016). Recordemos que las noticias de homicidios, asesinatos, secuestros, desapariciones forzadas, se han contabilizado en el apartado inseguridad cuando están unidas como causa de la violencia entre narcos o mafias organizadas.

Por diarios, EPC le dio mayor interés informativo a los Sucesos con 10 notas en comparación de las tres de LV. Por último, las informaciones deportivas se reducen a futbolistas mexicanos que militan en el Club Deportivo Español.

Tabla 15. Subtemas sobre México de Sucesos y Deportes

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total
Terremotos, inundaciones,	3	10	13
Actividades de deportistas mexicanos	1	3	4
Total	4	13	17

Fuente: elaboración propia

6.17. Profundidad periodística en los temas

Para ahondar en el estudio de la agenda temática, analizamos la relación entre los principales subtemas y la profundidad en el tratamiento. Con base en los criterios de: espacio de redacción dedicado, apoyo infográfico y un desarrollo de las informaciones con datos y fuentes. De esta forma se definen tres: valor 1 nada, cuando la información comprendía menos de un cuarto de página, no contenía esquemas, gráficos o infografías y sólo tenía una fuente;

valor 2 moderadamente tratado, cuando la información tenía entre dos y tres cuartos de páginas, contenía alguno de los siguientes elementos: esquemas, gráficos o infografías y al menos una fuente; valor 3 mucha, la información tratada tenía más de tres cuartos de página, dos de los siguientes elementos: esquemas, gráficos o infografías y tenía al más de una fuente

En los resultados generales que están en la tabla 16 destaca profundidad moderada del tema con un 49,3%, 134 textos; le sigue el valor de mucha con un 35%, 94 piezas, y por último con un 16,2%, es decir, en 44 informaciones, aparece el rango de tratamiento periodístico del tema abordado nada.

Por diarios, se observa que EPC dedicó una pauta periodística de desarrollar más los contenidos de México, así se comprueba en las 80 tratamientos moderados en comparación de los 54 en LV. Ambos diarios comparten en 47 textos cada uno, la labor de ir más allá de la brevedad informativa para ofrecer una visión amplia de los acontecimientos.

Tabla 16. Nivel de profundidad periodística por periódico

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Nada,	15	29	44	16,2
Moderadamente tratado	54	80	134	49,3
Bastante o mucha profundidad	47	47	94	34,6
Total	116	156	272	100

Fuente: elaboración propia

El análisis por temáticas de la tabla 17 muestra que predomina la característica de profundidad moderada para todas las categorías, excepto la Cultural, donde hay 23 textos de entre dos y tres cuartos de páginas, utilizaron al menos una fotografía, esquema o gráfico y estaban avaladas por una fuente informativa. Por otro lado, los resultados de mucho tratamiento explican un interés importante de la prensa por profundizar en las informaciones para su mejor

comprensión. Aquí resaltan las subtemáticas de: inseguridad ciudadana, narcotráfico e inversiones catalanas en México.

Tabla 17. Tratamiento informativo en las principales subtemáticas

Tema	Subtema	Nada	Tratamiento moderado	Mucha
Política	Inseguridad	4	25	15
Interna	Narcotráfico	3	20	12
Economía y Negocios	Inversiones catalanas en México	10	18	7
	Inversiones mexicanas en Catalunya	1	2	0
Cultura	Premios a escritores/cineastas/artistas	2	10	23
Política	Relación México España	0	5	2
Internacional	Relación con Estados Unidos	1	5	2
Sucesos	Terremotos/inundaciones	7	4	2

Fuente: elaboración propia

En cuanto al poco tratamiento informativo, los datos muestran una media de dos informaciones para casi todas las temáticas. Estas categorías de tratamiento informativo se caracteriza por su brevedad espacial, poca utilización de elementos gráficos y uso de fuentes informativas. Valorando su importancia como materia de agenda, podemos afirmar que el interés periodístico por profundizar en los acontecimientos se dirigió a tres áreas: inseguridad, narcotráfico y premios a escritores y cineastas.

Con respecto al tema de política internacional, donde destaca la relación con España, los datos muestran un interés de tratamiento moderado en cinco piezas, pero también hay dos que reciben mucha profundidad y no hay ninguna información tratada de forma breve. Los textos se refieren a las visitas oficiales del presidente mexicano a

Madrid en junio de 2014 y del rey Felipe VI a México en junio de 2015.

Por temas, política interna (inseguridad y narcotráfico) tienen un tratamiento periodístico entre moderado y mucho, lo que supone un desarrollo importante en espacio, con predominio de elementos gráficos que visualmente apoyan la exposición de los contenidos y con la incorporación de fuentes que describen los hechos y cómo afectan a los mexicanos.

La temática Economía/negocios (inversiones en México y en Cataluña), destaca un interés informativo moderado, 20 notas que describen y explican cuestiones comerciales, asunto de relevancia para ambas regiones. En ese sentido, se profundiza poco en la actividad empresarial mexicana, aspecto fundamental en la relación bilateral.

Por último, la temática cultural que comprende premios a escritores y cineastas, publicación de libros, teatro y cine tuvo un tratamiento informativo de mucha profundidad, así se confirma en los 23 textos de los 35 evaluados. Este aspecto despertó más el interés de los periodistas que generó más noticias en profundidad, practica importante para tener mayor influencia e impacto internacional.

6.18. Protagonistas de la información

Este apartado analiza a los actores sociales que protagonizaron la cobertura informativa. El estudio de esta cuestión identifica de quién se habló, entendido como las menciones hechas a personas, instituciones o referencias impersonales en las que carece la identificación de un sujeto específico, pero que se pueden organizar en alusiones generales (pueblo, gobierno, ciudadanos). En primer lugar, se clasifica en términos generales y, posteriormente, se identifica su ámbito social para determinar el peso de cada grupo.

En cuanto a los actores informativos, consideramos en términos generales tabla 18, sobresalen los mexicanos con un 58,1%. Una cifra que registra un alto grado de atención periodística en los contenidos informativos. A una considerable distancia se sitúa el protagonista español, que obtiene un 13,6% del total. En las referencias a actores impersonales tienen dos categorías, la primera referida a Gobierno,

pueblo, mexicanos, ciudadanos con un 12,9%. La segunda alusión impersonal es a empresas catalanas con un 9,2%. Por su parte, la mención a empresas mexicanas tiene un 1,5% del total.

Tabla 18. Protagonistas de la información

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Mexicano	63	95	158	58,1
Español	18	19	37	13,6
Extranjero	3	10	13	4,8
Impersonales	15	20	35	12,9
Empresa española	15	10	24	9,2
Empresa mexicana	2	2	4	1,5
Total	116	256	272	100

Fuente: elaboración propia

Resulta especialmente relevante el alto protagonismo de los mexicanos con el 58% en la cobertura periodística. Este dato hace posible sostener que las noticias se focalizaron de forma importante desde un protagonismo local que fue completado con referencias a actores impersonales, 12,9%, como: mexicanos, ciudadanos, Gobierno, pueblo, entre otros. De esta forma, la cobertura periodística de México en los dos diarios catalanes estuvo personalizado en los mexicanos que indica que primó una perspectiva local de los acontecimientos. Quedando al margen una visión europea -con protagonistas españoles -como así señalan los datos.

Por último, otro dato interesante es el protagonismo de las empresas catalanas con un 9,2%. Esta presencia deriva de su importancia como parte de su presencia en la agenda informativa. A diferencia de las empresas de Cataluña, las mexicanas como actores informativos tienen una presencia residual 1,5%.

6.19. Ámbito social de los protagonistas

En el análisis de 237 textos identificamos a los actores de las informaciones como se muestra en la tabla 19. El jefe del ejecutivo mexicano Ernesto Peña Nieto ocupó la primera posición en la cobertura periodística con un 16%. Este dato se explica por el gran valor que como personaje les da la prensa a los políticos, cuyas declaraciones o actuaciones los convierte en personajes informativos de primer orden. En este dato habría de incorporar la aparición de sus familiares como Angélica Rivera, mujer del mandatario, que fue mencionada en el 1,2% de los contenidos informativos.

En segundo lugar figuran los miembros de la cultura. escritores e intelectuales mexicanos, con un 11,3%. Este protagonismo se debe por sus reconocimientos artísticos en el ámbito catalán, español e internacional. Se menciona a Elena Poniatowska, Fernando del Paso, Sergio González, Juan Villoro, Guadalupe Nettel, Jorge Zepeda, Alejandro Iñárritu, Emanuelle Lubezki, entre otros. En esta misma línea se explican la aparición de actrices como Lupita Nyong'o y cantantes como Julieta Venegas, con un protagonismo del 3%.

Los miembros de las instituciones públicas mexicanas tienen el tercer lugar con un 10,5%. Este dato pone de relieve que un aspecto importante de la visibilidad periodística de México se circunscribió al ámbito institucional. Integrantes de organismos públicos como de la Presidencia, de la Secretaría de Gobernación, de la Procuraduría General de la República y políticos, principalmente del PRI, tuvieron mucha proyección en las páginas de los diarios como actores del área de la política interna del país. En esta misma línea se interpreta el dato del 3% de la policía como actor informativo.

En cuarto lugar están dos grupos: las víctimas de un delito y los mexicanos sin adscripción que comparten posición con un 9,7% cada uno. Los periodistas recurrieron a buscar testimonios de testigos de los acontecimientos, principalmente de asuntos de inseguridad, en calidad de afectados solicitando su opinión para contextualizar las informaciones. Está es una característica de la prensa catalana, ya que en otros diarios españoles se ha marginado a estos personajes como ha sido comprobado en anteriores estudios (Santillán, 2015).

Tabla 19. Ámbito social de los protagonistas

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	No. de textos	%
Presidente Peña Nieto	27	11	38	16
Escritor Mexicano	19	8	27	11,3
Miembros de instituciones públicas mexicanas	8	17	25	10,5
Víctima de un delito	4	19	23	9,7
Mexicano sin adscripción	4	19	23	9,7
Narcos	9	10	19	8
Mexicanos en Barcelona	8	7	15	6,3
Policía	3	4	7	3,0
Actor/cantante mexicano	4	3	7	3,0
Escritor/intelectual Español	2	3	5	2
Empresarios catalanes	3	3	6	2,5
Organismos Internacionales	2	3	5	2
Felipe VI	1	3	4	1,6
Empresarios mexicanos	1	2	3	1,2
Académico mexicano	0	3	3	1,2
Familia presidente mexicano	1	2	3	1,2
Otros	5	19	24	10,1
Total	101	236	239	99,92

Fuente: elaboración propia

En sexto puesto se encuentran los narcotraficantes con un 8%. Si correlacionamos el análisis con la agenda temática, tomando como referencia los datos cuantitativos del asunto narcotráfico, podemos constatar que su importancia es consecuencia del interés por informar de las actividades de estos grupos proclives a quebrantar el estado de derecho y que sus actos de violencia tienen cabida en los diarios como estrategia para atraer lectores. En este grupo como actor informativo predomina el “Chapo Guzmán” en 15 de las 19 informaciones contabilizadas.

Los mexicanos en Cataluña como protagonistas tienen un 6,3% y ocupan la sexta posición. Emergen escritores como Jordi Soler, Juan Pablo Villalobos y miembros de la colonia mexicana, principalmente, de Barcelona. La aparición de este grupo de inmigrantes en las informaciones parece apuntar a un interés por incorporar las actividades culturales de los residentes en esta región. Por último, también se muestran como protagonistas informativos dos políticos, Fidel Herrera, cónsul en Barcelona de México. Y Humberto Moreira, ex presidente del PRI, quien estudiaba un posgrado en la Ciudad Condal y fue detenido por la policía española en enero de 2016 por presunto lavado de dinero, pero a los pocos días fue liberado por no hallar delito.

A diferencia del protagonismo que tienen las empresas como actores de la información 9,2%, cuando analizamos nombres de empresarios son mencionados muy poco, pues tienen un 2,5%. En cuanto a miembros de organismos internacionales el 2% se personaliza en los de la ONU, en dos ocasiones, en una, solicita esclarecer la desaparición de los estudiantes de Iguala y en la otra información, las desapariciones forzadas; la referencia como actor de la UNESCO se concreta en condenar el asesinato del periodista Norberto Herrera ocurrido en agosto de 2014. Con respecto al rey Felipe VI como personaje noticioso está ligado con su viaje oficial a México.

Por último, prácticamente es residual la presencia como protagonistas informativos de empresarios y académicos mexicanos, se contabilizan el 1,2%.

6.20. Valoración de los protagonistas

Para medir la valoración de los protagonistas de la información de México en la prensa catalana, disponemos de una escala de 1 a 3 donde 1 = negativo, 2= neutro; 3= positivo, los resultados están recogidos en la tabla 20 y explican lo siguiente:

De forma general en la tabla 20 se detecta una valoración negativa a los miembros de instituciones oficiales como el presidente y su familia, los integrantes del gobierno, y también a los componentes del narcotráfico. En cambio hay una puntuación positiva para los escritores, cineastas, artistas y a los mexicanos sin adscripción.

Desglosando los resultados el presidente Peña Nieto recibió más valores negativos que positivos. En su calidad de máximo representante político tiene una calificación desfavorable, llegando a tener un 53% de valoraciones negativas (en buena medida por la conducción de la lucha contra la inseguridad, el respeto a los derechos humanos y la desaparición de los estudiantes de Ayotzinapa). Los puntos positivos del 47% se refieren a su actuación en la lucha contra el narcotráfico, la captura y reaprehensión del Chapo Guzmán, y las reformas hechas en el sector energético. Otro hecho que debilita la imagen del presidente fue la compra de la casa de 86 millones, por parte de su mujer, donde estaban involucradas empresas que trabajaban para la Administración Pública, el dato fue comprobado en las informaciones que trataron sobre la familia del presidente que tiene un 70% de valoraciones negativas y sólo el 30% positivas.

Los miembros de instituciones públicas también tienen más valoraciones negativas que positivas, 50% y 40%, respectivamente. Los números están unidos con el funcionamiento de la política ordinaria y la solución de los temas públicos, en buena medida con resultados para garantizar la seguridad ciudadana, el combate a la corrupción y la aplicación de la ley.

Los protagonistas culturales -escritores, cineastas e intelectuales- obtienen el 100% de valores positivos. La cifra se enlaza con el reconocimiento internacional de su trabajo y su prestigio social como personas creativas y poseedoras de un gran talento. En ese mismo

sentido se entienden los datos favorables del 70% para los actores y cantantes mexicanos.

Tanto los empresarios españoles como los mexicanos son valorados favorablemente en las informaciones 80% y 70%, respectivamente. En los contenidos periodísticos los califican como emprendedores con visión comercial para desarrollar negocios en ambas regiones. Las valoraciones negativas del 20% que tienen los hispanos se trata de los casos de corrupción empresarial de sus directivos, como el de la filial mexicana de la empresa española OHL multada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores por haber aumentado los costes de una obra que construyó para el Gobierno del estado de México en marzo de 2016.

Tabla 20. En % valoración de protagonistas

Protagonista	Positiva	Neutra	Negativa	%
Presidente mexicano	47	0	53	100
Familia del presidente	30	0	70	100
Miembros de las instituciones públicas	40	10	50	100
Escritor/intelectual Mexicano	100	0	0	100
Actor/cantante mexicano	70	20	10	100
Empresario español	80	0	20	100
Empresario mexicano	70	20	10	100
Víctima de un delito	80	10	10	100
mexicano sin adscripción	68	12	10	100
Miembros del narco	14	0	86	100

Fuente: elaboración propia

En cuanto a las víctimas de un delito tienen un 80% de datos positivos y los mexicanos sin adscripción el 68%. El dato se explica por el peso de la temática inseguridad en la agenda informativa y que interesó a la prensa para estimar las consecuencias negativas -físicas, económicas y sociales- que tenía el asunto en estos dos grupos,

convirtiéndose los medios impresos, según los resultados, en sus defensores, haciendo una valoración positiva de ellos.

Por último, los narcotraficantes con el 86% tienen los valores más negativos de todos los grupos que se analizan. Como personajes vinculados con asesinatos, secuestros, daños a la salud pública, su calificación es desfavorable. El 14% de valoraciones positivas tienen como nexo con la figura mítica del narcotraficante que ayuda a los pobres y que en algún caso resuelve necesidades de los ciudadanos como construcción de escuelas, carretas, centros de salud; infraestructuras que en algunas ocasiones los diferentes niveles de gobierno no solucionan.

6.21. Evaluación periodística general

Con el fin de describir la evaluación periodística de cada información en cada uno de los dos diarios en que expresarán posturas bien fueran positivas (a favor), bien negativas (en contra) o neutras (sin valoraciones) con respecto a México. La calificación periodística fue más positiva que negativa. La tabla 21 muestra que en 143 de los 272 textos se recoge una postura favorable, el 52,4%. Hay 122 contenidos negativos, 44,9% y siete informaciones neutrales que contabilizan el 2,5%.

Por lo tanto, en la información hubo una interpretación ligeramente favorable para el país del 52,4%. LV y EPC propusieron y compartieron ese enfoque editorial, su capacidad como informadores e intérpretes de los acontecimientos internacionales quedó plasmada en sus páginas día a día formando una percepción positiva de México.

En referencia a la valoración negativa que compone el 44,9%. Observamos que hay diferencias notables entre los diarios. En EPC son 86 informaciones, 50 más que en LV. Este dato significa que primó en el primer diario un enfoque periodístico que generó una percepción negativa en los lectores con efectos en la representación mediática internacional del país. En cambio en LV las 36 valoraciones negativas son menores que las 66 positivas, por lo que este periódico transmitió una idea favorable general de México

Tabla 21. Evaluación periodística con respecto a la imagen de México

Evaluación periodística	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Positiva	66	77	143	52,4
Negativa	36	86	122	44,9
Neutra	4	3	7	2,5
Total	116	156	272	99,8

Fuente: elaboración propia

6.22. Evaluación periodística por subtemas

En este apartado haremos un análisis detallado de la evaluación periodística de la agenda informativa de México para comprender mejor el comportamiento de los diarios en su papel de *calificadores* de los acontecimientos mexicanos.

Primero, las valoraciones referidas a la política interna -inseguridad, narcotráfico, corrupción, derechos humanos, protestas sociales y elecciones- es mayoritariamente negativa en casi todos los subtemas, excepto para reforma de leyes que recibe más valores positivos que negativos como observamos en el gráfico 5. Esta evaluación desfavorable se puede explicar porque en la gran mayoría de informaciones tratan de temas polémicos, que contienen un alto grado de conflicto social. También destaca que la cobertura está hecha desde la violencia como criterio noticioso. Esta práctica periodística se va convirtiendo en un ejercicio habitual para seleccionar las noticias de México en la prensa internacional como ya se ha comprobado en otros estudios (Santillán, 2015).

Como aspecto llamativo de los subtemas de política interna destaca la valoración positiva de reforma de leyes en cinco informaciones. La prensa evalúa favorablemente las actuaciones del Gobierno de Peña Nieto para la apertura de capital extranjero en la industria petroquímica, pero no así su dirección de la política interna.

La calificación negativa de la agenda informativa del país no sólo tiene que ver con la inseguridad y el narcotráfico. Está valoración se ve agravada en las 12 informaciones desfavorables de la corrupción política donde se critica el beneficio económico de políticos y familiares con recursos públicos.

Por último, los derechos humanos reciben más valoraciones negativas que positivas, tres y uno respectivamente. El discurso periodístico proporciona una visión de desprotección de los ciudadanos ante abusos cometidos por las autoridades y el crimen organizado.

Fuente: elaboración propia

En cuanto a los subtemas de economía/negocios, las inversiones catalanas en México reciben 32 evaluaciones favorables y sólo tres negativas como lo recoge el gráfico 6. Se da una cobertura positiva que transmite una imagen de confianza para invertir en el país. La cifra negativa se refiere a las dudas de que las inversiones efectivamente puedan contribuir a construir un país más justo y que los beneficios reviertan en la población.

Otro aspecto interesante son las cuatro valoraciones positivas para el subtema de la inversión de mexicanos en Cataluña. Las calificaciones periodísticas se referían a la visión internacional de los empresarios aztecas para invertir en el extranjero y a la recuperación del mercado catalán tras la crisis de 2008.

Fuente: elaboración propia

Por último, los delitos económicos con cuatro textos negativos, refuerza la idea de corrupción, en el sentido de crítica de que algunas de las actividades económicas no se den dentro del marco de la legalidad y se beneficie sólo algunas personas. En cuanto a la crisis económica con dos piezas negativas, se concreta en la desconfianza de la estabilidad de la economía azteca, pero estas visiones quedan contrarrestadas en los 32 textos con valores positivos para invertir en México.

En los subtemas culturales prima una valoración positiva en todas las categorías gráfico 7. Las informaciones de literatura, cine, turismo, gastronomía y patrimonio histórico gozan de un enfoque favorable en la prensa catalana. Uno de los aspectos que se remarcan es el talento de sus escritores, presentaciones de sus libros por editoriales hispanas que reciben siempre una cobertura positiva.

El reconocimiento al talento de los artistas mexicanos también se apoya en interpretaciones periodísticas favorables para el cineasta Alejandro González Iñárritu, el cinefotógrafo Emanuele Lubezki y la actriz Lupita Nyong'o, premiados en Hollywood en los últimos años.

Para terminar, las siete valoraciones positivas para la temática del turismo, las cinco para la gastronomía y las cuatro para el patrimonio histórico, refuerzan mediáticamente una imagen sólida del país en términos culturales.

Fuente: elaboración propia

En la valoración de temas de política internacional, vemos en el gráfico 8 que la relación con Estados Unidos tiene una valoración positiva en seis textos y dos negativas. La prensa aplaude el clima de buen entendimiento entre las administraciones de Obama y Peña Nieto para luchar contra problemas comunes: inmigración irregular, narcotráfico, tratados comerciales. Pero se critica en las páginas de los diarios algunas ideas extremistas como cerrar la frontera o no perdonar la condena a muerte de un mexicano. La categoría relación con España tiene cuatro favorables y dos interpretaciones negativas. El análisis de los enfoques negativos van dirigidos al nombramiento de Fidel Herrera como cónsul en Barcelona y protestas de mexicanos residentes en Catalunya a favor de investigaciones convincentes en el caso de los estudiantes de Ayotzinapa. En resumen, la prensa catalana construyó una percepción positiva de la política internacional mexicana.

Fuente: elaboración propia

Por último, la valoración de Sucesos y Deportes, que tienen poca visibilidad en la agenda informativa, sobresalen los subtemas de terremotos y ciclones que reciben una valoración periodística negativa de ocho y dos positivas como se ve en el gráfico 8. Este dato la prensa lo interpreta en clave de mala planificación gubernamental para la prevención de fenómenos naturales que provocan daños materiales y de tragedias humanas. Desde luego, el asunto Sucesos aún no siendo importante en términos cuantitativos, cuando tiene la atención periodística se valora siempre desfavorablemente para la imagen de México.

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la temática del Deporte, que a penas sale en la prensa catalana, cuando se aborda se hace desde un enfoque positivo, en las cuatro notas destaca las evaluaciones favorables que se subrayan las buenas actuaciones de los jugadores mexicanos en la Liga de Fútbol española.

6.23. Valoración periodística para los años de 2013 al 2016

La evaluación periodística de México en los diarios LV y EPC, durante los años de 2013 a 2016, presenta un balance de positivo a negativo como muestra el gráfico 9, Tuvo tres momentos: muy positiva en 2013, a una negativa en 2014, muy negativa en los años 2015 y 2016. A continuación explicaremos esas tres fases.

Fuente: elaboración propia

Para 2013 el año de inicio del estudio destaca el 70% de valoraciones periodísticas positivas, hay una diferencia de 45,5 puntos porcentuales sobre las negativas, que son el 25,5%. Para comprender estos datos los interrelacionamos con los asuntos que centraron la atención de la prensa en ese año y tenemos que tras la toma de posesión como presidente de Ernesto Peña Nieto, en diciembre del 2012, el año de 2013 la imagen del país es positiva. La prensa trataba ámbitos más económicos y culturales que hablaban de un territorio como oportunidad para invertir, de sus actores que participaban en festivales catalanes como el de la Fira de Tàrrega y de la región como

destino turístico. También se subrayaban áreas de política interna como informaciones del Gobierno que capturaba a los narcotráficos y emprendería una lucha contra la inseguridad. En esta imagen positiva hay las valoraciones negativas que contabilizan un 25,5%. Éstas se referían a la celebración de comicios calificadas como “un desencanto de la población” y también noticias referidas a desastres naturales que trataban de muerte y destrucción, y la poca prevención gubernamental para evitar daños materiales y humanos.

Para el año 2014 se aprecia una valoración positiva del 55%, baja 15 puntos en comparación al año pasado. Esta diferencia deriva del aumento de noticias de la inseguridad y escalada de violencia. Cuando en los primeros meses del año la prensa catalana asociaba al país con la aprobación de reformas energéticas, el premio Cervantes para la escritora Elena Poniatowska, la visita en junio del presidente Peña para atraer inversores, la promoción turística del país en Madrid, entre otras cuestiones, transmitía un mensaje de confianza hacia la nación. Aspectos políticos, financieros y culturales tuvieron mucha presencia informativa durante enero y junio de 2014 en los periódicos. Pero en el segundo semestre del año los diarios empiezan a resaltar aspectos negativos, sobre todo en cuestiones de narcotráfico e inseguridad ciudadana, acontecimientos como la desaparición forzada de los estudiantes normalistas de Ayotzinapa, que la prensa reseñaba como muestra del contubernio entre el poder político local con los narcotraficantes. La cancelación del contrato para construir el tren México-Querétaro, una inversión de 4,800 millones de dólares, revelaba la poca transparencia de las empresas beneficiadas al encontrarse vínculos con el PRI, y por último, la compra de la lujosa residencia por la mujer del presidente Peña Nieto, aunque haya dicho que la vendería, reforzaba la idea en la prensa catalana de que en México se benefician los políticos o sus familiares. De esta forma la prensa empieza a asociar a México más con violencia y corrupción que con economía o cultura.

Para 2015 aumenta la valoración periodística negativa del país al 63%, que se ve agravada por tres temáticas: el caso Ayotzinapa, las elecciones y la fuga del Chapo Guzmán. En el primero se valora desfavorablemente el trabajo del Gobierno y la eficacia de la justicia para encontrar a los estudiantes.

En el asunto de las elecciones legislativas se enmarcaron como desinterés del ciudadano, pero se valoró de manera positiva la aparición de candidatos independientes; En cuanto a la fuga del Chapo Guzmán fue valorada como ejemplo de la corrupción y la ineficacia del sistema judicial y penitenciario.

El análisis de las informaciones muestra que el caso Ayotzinapa daña la imagen del país, la inefectividad política marca la cobertura de los medios catalanes donde se critica el aumento de la inseguridad, la impunidad y un gobierno ineficaz. Esta gran cantidad de valoraciones negativas sirve para construir sobre el papel un país peligroso que el 35% de valoraciones positivas no logra neutralizar. Los asuntos económicos y culturales como las inversiones mexicanas en Cataluña y el premio Cervantes para Fernando del Paso. El aniversario del exilio español en México, para recordar la solidaridad y hospital de los mexicanos para acoger a miles de exiliados españoles que huyeron del franquismo, marcaron el enfoque favorable. Pero a la luz de los resultados la imagen que la prensa transmite del país es mayoritariamente negativa en un 63%.

El años 2016 toca fondo la imagen negativa del país con un 65% de valoraciones desfavorables. Las evaluaciones periodísticas se dirigen a informaciones de violencia, narcotráfico y corrupción que ya no se separan de la imagen internacional del país. La prensa insiste que una coordinación eficaz del gobierno podría acabar con el crimen organizado y encontrar a los estudiantes desaparecidos de Ayotzinapa. La imagen de violencia y peligro de México sigue formando parte de la opinión pública catalana.

La cultura sigue valorándose positivamente. Los Oscar de este año para Alejandro González Iñárritu como mejor director y de fotografía para Emanuele Lubezki, por la película *El Renacido*, reciben mucha cobertura favorable donde se resalta el peso, presencia y prestigio de los cineastas aztecas en Hollywood en la última década. La idea de que México es una gran fortaleza cultural y los mexicanos tienen mucha capacidad creativa en todos los ámbitos artísticos ocupa un espacio importante en la prensa española, pero no logran mitigar aspectos negativos, sobre todo en cuestiones de narcotráfico e

inseguridad ciudadana, estas imágenes tienen mayor presencia informativa y valoración negativa.

6.24. Referencias positivas y negativas sobre México

Por último, de cada uno de los artículos localizamos las referencias positivas y negativas de México. Las referencias son palabras o frases que contengan alguna alusión al país ya sea favorable—apoyo o desfavorable—rechazo.

Las referencias a México en los cuatro años de estudio ha estado conformada principalmente por enunciados positivos en 138 textos y los negativos contabilizan 122.

En la tabla 27 recogemos los resultados positivos y vemos, en primer lugar, la referencia periodística de México como de vitalidad económica en 50 textos, el 35%, de los 143. Este dato significa que el país fue visto por la prensa como una región que ofrece buenas perspectivas para invertir y hacer negocios. Y que tiene estabilidad económica.

Otro enunciado positivo que los diarios atribuyen al país es de fortaleza cultural con el 28%, dirigido principalmente a sus escritores, cineastas y artistas. La cifra también se vincula con la riqueza del patrimonio histórico con la que cuenta el país.

La valoración positiva de buen gobierno tiene el 11%, esta cifra facilita analizar que aunque tenga más puntuaciones desfavorables, ver tabla 22, la prensa difunde la idea de que las autoridades están trabajando para resolver los temas públicos. Por último, los enunciados de amigo/socio están presentes en el 10,4% de los textos positivos. Este dato apoya la imagen general de que México es un país fiable y al que se le tiene cariño.

Tabla 22. Enunciados favorables sobre México

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
Vigor económico	31	19	50	35
Fortaleza cultural	16	25	40	28
Buen gobierno,	8	8	16	11
Amigo, socio	5	10	15	10,4
Gente cualificados, creativa	6	10	16	11
Subtotal	66	72	138	95,4
Otros	0	5	5	3,5
Total	66	77	143	99

Fuente: elaboración propia

Para terminar, el enunciado positivo de los mexicanos como personas cualificadas, creativas y talentosas tiene una presencia del 11%.

En cuanto a las referencias negativas sobre México los datos de la tabla 23 muestran la categoría país violento/inseguro con 50 textos que forman el 41% de informaciones. Es el enunciado con mayor presencia mediática en ambos diarios. EPC es el que más difunde esta idea en 35 de los 50 textos publicados sobre esta cuestión. Siguen dos referencias narco-estado y gobierno en crisis o estado fallido presente en el 23% de las informaciones cada una. Por último, el argumento no protege los derechos humanos suma el 13%.

Tabla 23. Referencias negativas sobre México

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico de Catalunya</i>	Total	%
País violento/ peligroso	15	35	50	41
Narco-estado	8	20	28	23
Gobierno en crisis, estado fallido	7	21	28	23
No protege los derechos humanos	6	10	16	13
Total	36	86	122	100

Fuente: elaboración propia

En general, los dos periódicos difundieron la idea negativa de México como región violenta e insegura, un narco-estado y desprotector de los derechos humanos. EPC tiene una postura más explícita de éstas referencias negativas en 86 textos. Por decirlo de otro modo, es más proclive a publicar en sus páginas la imagen de un país “bronco”. En LV también hay una postura desfavorable, aunque las referencias negativas son menos de la mitad que las de LV, también expresa tales argumentaciones.

7. Conclusiones

El análisis de la representación informativa de México en los diarios catalanes *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*, durante cuatro años, de 2013 al 2016, hace posible desarrollar las siguientes conclusiones:

1. México tiene una cobertura de tres noticias a la semana en cada diario

Los dos diarios publican cada uno una media de tres informaciones por semana. Durante los cuatro años de estudio difundieron un total

de 272 informaciones, LV 116 y EPC 156. La producción cuantitativa de textos se caracteriza por los tipos de acontecimientos, los años en los que ocurren y los intereses editoriales que influyen para dar mayor o menor atención periodística.

2. Las noticias son la principal pieza informativa en la cobertura

En la cobertura informativa del país prima con el 82,27% las noticias. Se informa principalmente de acontecimientos de actualidad y de datos concretos.

3. La producción de análisis y opinión es escasa

El 6,3% corresponde a 17 textos de análisis y opinión, LV 10 y EPC 7. Este dato muestra un limitado interés de la prensa para explicar e interpretar los asuntos mexicanos. Los diarios promueven muy poco un periodismo que analice, comente, descifre los acontecimientos ligados con México.

4. La mayoría de las informaciones se publican en la sección internacional

El 46,6% de las informaciones se clasifican en la sección de Internacional. Tanto LV como EPC ubican la mayoría de contenidos ocurridos en el extranjero en dicha sección. Sin embargo, en el 53,4% del resto de informaciones se aprecia una clasificación derivada del grado de implicación que tiene la noticia de México para España. Cuando se trata de noticias de escritores galardonados van en Cultura o de actividades de los inmigrantes aztecas se publican en Nacional.

5. Los corresponsales y las agencias de noticias son los principales productores de las informaciones

Estos dos grupos producen el 52% de todas las informaciones. Este hecho los convierte en los principales mediadores de las noticias que construirán la representación mediática de México.

6. Se combina la producción de información de actualidad con la de temas novedosos o de profundidad

El dato de las informaciones de la actualidad, el 53,3% y las de aspectos novedosos o su profundidad el 46,7%, muestra que los

periódicos combinan la producción de información de actualidad con el desarrollo de nuevas temáticas o el examen de los acontecimientos. Esta última actividad es una apuesta de la prensa escrita para ofrecer informaciones más elaboradas que ofrezcan a los lectores mayor de conocimiento de la realidad mexicana.

7. La Ciudad de México es el principal centro informativo

El 48,5% de las informaciones tienen como foco informativo a la Ciudad de México. Lo que genera una cobertura de marcado carácter “centralista” del país, los otros 31 estados tienen una cobertura del 20%. Esto es, el 68,5% de las notas se originan en la capital del país.

8. Barcelona ocupa la tercera posición como origen geográfico de la información

El 18% de las informaciones ocurridas en la Ciudad Condal refleja un interés por cubrir noticias que se generan fuera del territorio mexicano, pero que tienen altas consecuencias para la imagen del país. Sobresale la atención mediática a escritores mexicanos de visita o residentes en Cataluña que han sido reconocido por su talento. Este hecho ejemplifica que la información internacional no está en el origen geográfico de la noticia sino en el interés supranacional que cuestiona la idea de identificar a la información internacional con su lugar de procedencia.

9. la mayoría de informaciones se firman en la Ciudad de México y en Barcelona

El 41,5% de las notas están firmadas en la Ciudad de México y un 33,8% en Barcelona. El primer dato muestra un interés medio de los medios escritos por tener un periodista en el lugar donde ocurren los hechos. El otro 33,8% son de miembros de la Redacción que se encargan de elaborar la información, en ocasiones, muy alejados del sitio donde se originan las noticias.

10. Agentes oficiales y ciudadanos fueron las principales fuentes informativas

Los miembros del Gobierno y de las instituciones públicas aportaron más información y opinión en la cobertura periodística de México.

Siguieron los ciudadanos como testigos directos de los acontecimientos, sus testimonios tuvieron gran valor informativo.

11. Política interna, Cultura y Economía/negocios fueron los temas que recibieron más cobertura

La preeminencia de estas tres categorías mostró que la delimitación temática general de la cobertura informativa mexicana estuvo vinculada a temas domésticos, culturales y económicos. De esta forma, la prensa definió la atención e intensidad temática que tendría la cobertura informativa de México.

12. De Política interna: inseguridad, narcotráfico y corrupción fueron los subtemas fundamentales

El asesinato de los estudiantes normalistas de Ayotznizapa, el narcotráfico, la cancelación del contrato para construir el tren México-Querétaro, por encontrar vínculos entre los empresarios con el con el PRI, y por último, la compra de la lujosa residencia por la mujer del presidente Peña Nieto, tuvieron amplia cobertura informativa en los medios impresos catalanes. La información conectada con éstos subtemas refleja que la cobertura informativa se centró en la idea de resolver el problema estructural de la inseguridad y el narcotráfico, acabar con la impunidad y gobernar con eficacia

13. De Cultura: Reconocimientos a escritores, cineastas y artistas; gastronomía y turismo fueron los subtemas básicos

La literatura y el cine mexicano se consolidan como uno de los grandes valores de México en Cataluña. Los recientes premios obtenidos por sus escritores y cineastas contribuyen a construir una imagen de riqueza intelectual reduciendo las representaciones negativas de violencia, producto del narcotráfico. El reconocimiento de sus artistas fortalece la relación bilateral porque es un vínculo sólido que da un impulso fundamental a la imagen pública del país.

14. De Economía/negocios: Inversiones en México y en Cataluña fueron los subtemas más principales.

Las informaciones sobre el país que trataban de reformas en ámbitos como la apertura de capital extranjero en la industria petroquímica,

inversiones extranjeras y la promoción turística internacional del país, tuvieron una significativa cobertura en los diarios catalanes que transmitían la idea que estos cambios contribuirían a construir un México más próspero, más justo y menos corrupto.

15. Miembros del Gobierno tuvieron una valoración negativa y los protagonistas culturales positiva

Las actuaciones del gobierno del presidente Peña Nieto y sus funcionarios para acabar con el crimen organizado y encontrar a los estudiantes desaparecidos fue valorada de manera negativa en la prensa internacional de México. En cambio, el reconocimiento a los escritores mexicanos que recibe valoraciones positivas contrarresta las representaciones mediáticas negativas que reducen a todo un país a los estereotipos de violencia, que es un asunto fundamental pero no el único.

16. La evaluación periodística general de México fue más positiva que negativa

La imagen de México en la prensa catalana está conformada por temáticas de política interna y cultural, las primeras reciben calificaciones negativas y las segundas positivas. En concreto, premios y reconocimientos a artistas mexicanos logran neutralizar valoraciones negativas de informaciones de inseguridad, el narcotráfico y la corrupción lo que provoca una representación ligeramente benévola del país. Sin embargo, la complejidad de éstos asuntos tiene graves consecuencias para la percepción del país en la prensa catalana.

17. El balance anual de la imagen de México muestra un resultado de muy positiva en 2013, positiva en 2014 y negativo para 2015 y 2016

Los periódicos catalanes destacan las noticias de violencia, narcotráfico y corrupción, y dejan de resaltar informaciones sobre México vinculados con la economía, la cultura, literatura o gastronomía como lo hacían en los años 2013 y 2014. Para 2015 y 2016 la imagen de violencia y peligro del país, forma parte de la opinión pública catalana.

18. Fortaleza cultural y vigor económico son las referencias positivas a México

El reconocimiento de los escritores mexicanos en España contrarresta las representaciones mediáticas que reducen a todo un país a los estereotipos de violencia, que es un aspecto sobresaliente pero no el único. Los autores premiados en sus libros ofrecen al lector profundizar en las complejidades culturales, políticas, religiosas, lingüísticas y económicas del país. Los premios de estos literatos pueden cambiar las ideas preconcebidas sobre los mexicanos. Por otro lado, las inversiones que hacen las compañías catalanes en México y viceversa, en las informaciones se muestra como una vía considerable para fortalecer la imagen de fortaleza económica país.

19. País peligroso, narco-estado son las referencias negativas a México

La representación mediática del país se reduce a temáticas del narco y la violencia social. Nuestro análisis posibilita ver que la inseguridad y la ineffectividad política marcan la cobertura de los medios impresos catalanes. Esta gran cantidad de noticias negativas sirve para reforzar prejuicios y estereotipos que construyen sobre el papel un país peligroso.

8. Bibliografía

- Azpiroz, M.L. (2013). *Diplomacia pública. El caso de “la Guerra contra el terror”*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Ed. Akal. España.
- Bartolozzi, P. (1974). *El ecosistema informativo (Introducción al estudio de las noticias internacionales)*. Ediciones Universidad de Navarra. España.
- Calleja, J. (2008). “El derecho de acceso a los medios: reflexiones metodológicas sobre su seguimiento”. *Comunicar*, 30, pp. 107-112. <http://doi:10.3916/c30-2008-02-002>.
- Dader, J.L. (2008). “La adolescente investigación en Comunicación Política”, en Manuel Martínez Nicolás (ed.). *Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas*. Madrid. Tecnos.

- Dearing, J y Elder, C (1992). *Concepts: agenda-setting*. Thousand Oaks. California. Sage.
- Deutsche Bank, (2016). *Informe Catalunya*. Barcelona.
- Entman, Robert (1993). "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm" en *Journal of Communication*, 43, 1993: 51-58
- Casado-Gutiérrez, F; E Sapiezynska, R Sánchez (2014). "Venezuela en la prensa internacional: una cobertura sesgada". *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 368 a 389.
http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1016_UB/19fes.html
- Goffman, Erving (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. London: Harper and Row.
- Igartua, Juan José y Humanes, María Luisa, Cheng, F. (2004). "Las imágenes de Latinoamérica en la prensa española. Una aproximación empírica desde la Teoría del Encuadre". En *Comunicación y Sociedad*, Vol. XVII, número 1.
- Instituto Nacional de Estadística (2016). Datos preliminares primer semestre. (www.ine.es)
- Kerlinger, Fred N. (1986): *Foundations of Behavioral Research* (3rd ed.). New York, Holt, Rinehart & Winston.
- Manfredi, J.L. "Hacia una teoría comunicativa de la diplomacia pública" (2011). En *Comunicación y sociedad*. Vo. XXIV. Núm. 2. Págs. 199-225.
- Martínez Nicolás, Pablo Francescutti, y Fernando Tucho (2011). *La información sanitaria en los telediarios*. Cuadernos de Investigación no. 1. Universidad Rey Juan Carlos.
- McCombs, Maxwell E.; Shaw, Donald L. (1972): "The agenda-setting function of mass media". *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), pp.: 176-187.
- Merrill, J, (1968) *The elite press. Great news papers of the world*. Pitman, Nueva York,
- Noya, Javier (2007): *Diplomacia para el siglo XXI*. Real Instituto Elcano. Ariel. Madrid.
- Oficina de la Justificación de Difusión (2016). Datos de audiencia. España-

- Piñuel Raigada, J.L. y Gaitán Moya, J (1999) *Metodología General. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Madrid, Síntesis.
- Raboy M. y Dagenais, B. (1992) *Media, crisis and democracy*. Sage. London.
- Real Instituto Elcano (2016). Informes y estudios.
(www.realinstitutoelcano.org)
- Rodrigo, Miquel (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona. Paidós.
- Santillán, J.R. (2014). “La imagen de México en la prensa española”.
Actas del VI Congreso Internacional Latina de
Comunicación. La Laguna. España.
- Santillán, J.R. (2017). “*La inmigración mexicana en España*”.
Naveg@merica. No. 18. Universidad de Murcia. España.
- Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación*. Ariel
Barcelona.
- Secretaría de Turismo. Informe Turístico Anual 2016. Gobierno de
México. México
- Soler, J. (2015). *Ese príncipe que fui*. Ed. Alfaguara. Barcelona.
- Tulloch, C. (2004). *Corresponsales en el extranjero. Mito y realidad*. Eunesa
Ediciones. Universidad de Navarra. España.
- Vidal Beneyto y G. Imbert (coords.) (1986) *El País o la referencia
dominante*, Mitre, Barcelona, 1986.
- Wayne Want, Guy Golan, Cheolhan Lee, (2004). Agenda Setting and
International news. Journalism & Mass Communication
Quarterly. Vol. 81, issue 2, Junio. Pp.364-377.

Hemerografía

La Vanguardia durante los años 2013 a 2016.

El Periódico de Catalunya durante los años de 2013 a 2016.

9. Anexo

Índice de Gráficos y Tablas

Gráfico 1. Número de informaciones publicadas	34
Gráfico 2. Evolución temporal de la cobertura en cada diario	35
Gráfico 3. Producción de información por mes y año	37
Gráfico 4. Número de informaciones de actualidad y opinión	38
Tabla 1. Informaciones de actualidad en cada diario	39
Tabla 2. Textos de análisis y opinión por periódico	40
Tabla 3. Clasificación de informaciones por sección del periódico	41
Tabla 4. Productores de la información	43
Tabla 5. Temporalidad del acontecimiento	44
Tabla 6. Temporalidad del acontecimiento por área temática	45
Tabla 7. Lugar donde ocurre la información	47
Tabla 8. Lugar donde se firma la información	48
Tabla 9. Fuentes informativas por ámbito social	50
Tabla 10. Temas de las informaciones	52
Tabla 11. Subtemas de política interna	53
Tabla 12. Subtemas de economía/negocios	55
Tabla 13. Subtemas de cultura	57
Tabla 14. Subtemas de política internacional	58
Tabla 15. Subtemas de sucesos y deportes	59
Tabla 16. Nivel de profundidad informativa por periódico	60
Tabla 17. Tratamiento informativo de las subtemáticas	61
Tabla 18. Protagonistas de la información	63
Tabla 19. Ámbito social de los protagonistas	65
Tabla 20. Valoración de los protagonistas	68
Tabla 21. Evaluación general de la información	70
Gráfico 5. Evaluación por subtemas de política interna	71
Gráfico 6. Evaluación de los subtemas de economía/negocios	72
Gráfico 7. Evaluación de los subtemas de cultura	73
Gráfico 8. Evaluación de los subtemas de política internacional	74
Gráfico 9. Evaluación de los subtemas de sucesos y deportes	74
Gráfico 10. La valoración periodística de México por años	75
Tabla 22. Referencias positivas de México en la prensa	79
Tabla 23. Referencias negativas de México en la prensa	80

Los autores

José Ramón Santillán Buelna

Doctor en Ciencia Política por la Universitat Pompeu Fabra, España. Profesor en la Universidad Rey Juan Carlos y miembro del Grupo de Estudios Avanzados de la Comunicación (GEAC).

Ha sido profesor en la Universidad Iberoamericana y El Tecnológico de Monterrey-Toluca. Ha escrito tres libros sobre prensa y opinión pública. Y quince artículos en revistas científicas indexadas. Actualmente es visiting fellow en la Universitat Pompeu Fabra.

El prologuista

Enric Saperas Lapiedra

Catedrático de Teoría de la Comunicación (Área de Conocimiento Periodismo). Licenciado en Ciencias de la Información (Universidad Autónoma de Barcelona, 1980), doctor en Ciencias de la Información (Universidad Autónoma de Barcelona, 1984) y cursó estudios de DEA en l'Ecole des Hautes Études en Sciences Sociales de París (1980-1982).

Ha sido profesor en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona (1991-2002) y actualmente es profesor en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Dirige el Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC). www.geac.es

Comunicación y Sociedad

25

Nueva época
enero-junio 2016

Departamento de Estudios de la Comunicación Social
Universidad de Guadalajara

Revista *Comunicación y Sociedad* (Universidad de Guadalajara, México), número 25(nueva época) enero-junio de 2016,
<http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/comsoc>

Comunicación y Sociedad

26

Nueva época
mayo-agosto 2016

Departamento de Estudios de la Comunicación Social
Universidad de Guadalajara

Revista *Comunicación y Sociedad* (Universidad de Guadalajara, México), número 26
(Nueva época) mayo-agosto de 2016,
<http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/comsoc/issue/view/407>

Comunicación y Sociedad

ISSN 0188-252X

27

Nueva época
septiembre-diciembre 2016

Departamento de Estudios de la Comunicación Social
Universidad de Guadalajara

Revista *Comunicación y Sociedad* (Universidad de Guadalajara, México), número 27
(nueva época) septiembre-diciembre de 2016,
<http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/comsoc/issue/view/211>

Comunicación y Sociedad

28
enero-abril 2017

Departamento de Estudios de la Comunicación Social
Universidad de Guadalajara

Revista *Comunicación y Sociedad* (Universidad de Guadalajara, México), número 28
(nueva época) enero-abril de 2017,
<http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/comsoc/issue/view/560>