

PERIODISMO HIPERCONECTADO

CLAVES PARA LA PROFESIÓN
EN UN CONTEXTO DE RETOS Y OPORTUNIDADES

Ainara Larrondo Ureta
Simón Peña Fernández
Koldo Meso Ayerdi
(coords.)

eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

- © de los textos: los autores
- © de las imágenes: los autores
- © de la presente edición: Sociedad Española de Periodística
y Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

N.º 6 de la colección

1.ª edición, 2019

Coordinadores: Larrondo Ureta, Ainara; Peña Fernández, Simón y Meso Ayerdi, Koldo

Diseño portada:

Maquetación e impresión: Fotocomposición Ipar, SCoop.

Impreso en España – Printed in Spain

ISBN: 978-84-

Depósito legal:

Sociedad Española de Periodística

Apartado de Correos 8.384

28080 Madrid

www.periodistica.es

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

Barrio Sarriena, s/n

(48940 LEIOA-BIZKAIA)

Edición a cargo de

CINEASTAS MEXICANOS Y PODER SUAVE. UNA MIRADA DESDE LA PRENSA ESPAÑOLA

JOSÉ RAMÓN SANTILLÁN BUELNA
Observatorio de México en España

KENIA DEL ORBE AYALA
Observatorio de México en España

I. INTRODUCCIÓN

Desde la perspectiva de la agenda temática como marco teórico para analizar la cobertura y tratamiento de un acontecimiento internacional en la prensa escrita, esta ponencia presenta un estudio sobre la identificación del poder suave de México en la prensa española para comprender la imagen cultural que los medios escritos proyectan del país. Para ello hemos tomado como caso de estudio las informaciones publicadas en *El País* y *El Mundo* de los triunfos en los Oscar como Mejor Director de Alejandro González Iñárritu, Guillermo del Toro y Alfonso Cuarón en los años 2016, 2018 y 2019, respectivamente.

Se ha utilizado la técnica cuantitativa de análisis de contenido para estudiar todas las noticias sobre los tres cineastas que publicaron los dos periódicos españoles durante los meses de enero, febrero y marzo en los tres años en que ganaron el Oscar. La selección de los diarios se justifica por ser los más representativos tanto en número de tiraje y lectores, como por sus líneas editoriales claramente diferenciadas que permiten contrastar el papel de la prensa como factor que define una imagen cultural de México en España y el papel de los cineastas en este proceso.

II. PODER SUAVE Y AGENDA MEDIÁTICA

El poder suave, poder blando o *soft power*¹ es un concepto propuesto en los años noventa por Josep Nye en su libro *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (1990), para definir la capacidad de un país, institución o actor para conseguir influencia mundial a través de sus fortalezas culturales, frente a formas más represivas como la militar o la dependencia económica, llamado poder duro o «hard power».

Por lo tanto, el *poder blando* se vincula con la idea de que los países deben de «seducir o atraer sin forzar» proyectando su cultura y cualidades como forma de «obtener resultados sin tener que obligar a las personas a cambiar sus comportamientos mediante pagos o amenazas» (Nye, 2004:15). Esto deriva en una forma de ejercer el predominio de un país sobre otro (s) a través de maravillarse de su cultura y valores políticos, y aspirando que otros Estados los deseen como pueden ser la tolerancia, las libertades individuales y la democracia, así como el estilo de vida, el bienestar económico, nivel de vida o la cultura.

En el estudio de la imagen exterior de un país se analiza a la cultura como una categoría del poder suave, es decir, la capacidad de una nación para lograr influencia a través de sus valores culturales que dan prestigio y reputación internacional. Esto incluye tanto a las manifestaciones artísticas como a sus creadores. Por ejemplo, cuando el talento de sus ciudadanos se proyecta en los medios de comunicación y genera un impacto positivo de ese país más allá de sus fronteras.

En este contexto, la cinematografía puede ser una importante herramienta del poder suave que tenga efectos sobre la imagen exterior de un país (López Pineda, 2014). La influencia de este género artístico sobre las percepciones y actitudes hacia un país se relaciona con el papel de los medios de comunicación como generadores de conocimiento público compartido de países que quedan fuera de la experiencia personal de una gran parte de la población (Saperas, 2012).

Por eso creemos que en los últimos años una parte del conocimiento cultural que los ciudadanos de otros países tienen de México, proviene de la cobertura informativa que los medios de comunicación internacionales han hecho de los triunfos en *Hollywood* de los cineastas: Alejandro González Iñárritu, Guillermo del Toro y Alfonso Cuarón. Y más concretamente de las noticias publicadas en la prensa como uno de los factores que proyectan una imagen cultural del país en la opinión pública.

La prensa selecciona, enfatiza o excluye ciertos aspectos de la realidad. En función del enfoque de las noticias que realizan de dichos cineastas define una imagen cultural de México. El tipo de tratamiento informativo condiciona la manera en cómo se relaciona al país y da elementos para comprender cómo se proyecta el poder suave

¹ En este texto utilizamos *soft power*, *poder blando* o *poder suave* para referirnos al atractivo de la cultura como forma de proyección e influencia internacional de un país.

mexicano. De ahí que resulte interesante conocer el modo en el que dos diarios españoles interpretaron los triunfos en los Oscar de los tres cineastas aztecas.

En ese sentido, en la última década han aumentado los estudios relacionados con la prensa internacional como promotora del poder suave de los países². Esta consideración viene determinada por su papel para definir valores y atributos con los que se relaciona a una nación en el extranjero. Porque el tipo de cobertura, enfoque y tratamiento informativo que realicen los periódicos de las noticias afectará positiva o negativamente la imagen internacional de ese país.

En los últimos seis años *Hollywood* ha reconocido en cinco ocasiones a tres cineastas mexicanos. La prensa internacional ha informado de los dos Oscar como Mejor director para Alejandro González por «Birdman» y «El Renacido» en 2015 y 2016; el de Guillermo del Toro por «La forma del agua» en 2018. Las dos estatuillas logradas por Alfonso Cuarón, primero en 2014 por «Gravity» y en 2019 por «Roma».

Estos acontecimientos nos lleva a investigar la construcción informativa en la prensa española del poder suave de México desde la perspectiva de la agenda mediática (Mc Combs & Shaw, 1972) y el *framing* (Tarek, 1991; Sádaba, 2008), analizando el discurso periodístico de dos diarios con el fin de comprender la proyección del poder blando de México, en su dimensión cultural, que es un pilar fundamental de su percepción positiva internacional como ha sido comprobada en los estudios que realiza periódicamente el Observatorio de México en España³.

De este centro de análisis sobresale la investigación *La cobertura periodística del poder suave mexicano en la prensa catalana* (Santillán, 2017) en el que los resultados muestran que los diarios *La Vanguardia* y *El Periódico*, editados en Barcelona, proyectan una imagen cultural positiva del país sostenida en el reconocimiento al talento de sus artistas, principalmente de cineastas y escritores. También el estudio señala que este tratamiento informativo favorable reduce los efectos de percepciones negativas de país violento y corrupto con las que se ha relacionado a México en los últimos años.

En el marco de este tipo de investigaciones que identifican tratamientos informativos en la prensa internacional sobre los artistas mexicanos y que afectan la imagen del país, ahora queremos analizarla en los periódicos *El País* y *El Mundo* para determinar cómo los Oscars ganados por los cineastas Inárritu, Del Toro y Cuarón pueden afectar positiva o negativamente la imagen en términos de poder suave del país en función del enfoque de las noticias que hagan los dos diarios.

Como ya apuntábamos en otro trabajo México tiene una larga tradición cinematográfica «donde el cine llegó en 1896, se popularizó en la primera década del siglo

² Destacan las investigaciones periódicas que hace el Real Instituto Elcano sobre de la presencia de España en el mundo. Se pueden consultar en www.realinstitutoelcano.org

³ Los estudios sobre la imagen país y el poder suave realizados por el Observatorio de México en España se pueden revisar en su página web www.obs_mex.com

pasado y fue creciendo paulatinamente (..) siguió siendo un medio para retratar acontecimientos oficiales. Pero la Revolución Mexicana de 1910, el primer suceso político importante del siglo, fue llevado a la pantalla y marcó el inicio del nexo entre la política y el cine mexicano alcanzando una relevancia como instrumento para registrar la dinámica social del país hasta nuestros días» (Santillán, 2016:1).

Durante este tiempo la cinematografía y los directores mexicanos han conseguido cierto prestigio internacional, pero es en los últimos años con los triunfos en los Oscar en la categoría de Mejor Director que se ha logrado un reconocimiento mundial. Eso es lo que queremos investigar en este trabajo: cómo la atención mediática otorgada a los cineastas repercute en la definición de la imagen cultural del país en el exterior. En definitiva, nos proponemos describir las características de la cobertura periodística en los años en que fueron premiados por Hollywood e identificar la proyección del poder suave mexicano, en su dimensión cultural.

III. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Los objetivos de este trabajo son:

1. Cuantificar la cobertura relacionada con los tres cineastas en los periódicos *El País* y *El Mundo*.
2. Conocer el tipo de género que los periodistas de dichos diarios utilizaron para informar.
3. Determinar la valoración periodística que se realizó a las informaciones que tratan de los cineastas.
4. Identificar en los titulares las referencias positivas que se hace de los cineastas relacionadas con la definición de la imagen internacional de México.

Para cumplir con los objetivos arriba apuntados, la metodología aplicada a esta investigación fue el análisis de contenido cuantitativo. Se estudiaron todas las informaciones sobre la entrega de los Oscar a los tres cineastas mexicanos de los años 2016 y 2019, aparecidas durante los meses de enero y febrero de esos años en los periódicos *El País* y *El Mundo*. Para el año 2018 se cubrió también marzo porque la Gala se celebró el día 6 de ese mes. De esta manera, identificamos 53 informaciones como unidades de análisis (muestra) para los dos periódicos.

Los medios seleccionados, *El País* y *El Mundo*, son diarios de información general y líderes de la prensa digital en España. El primero con 21,74 millones de usuarios únicos y el segundo con 19,1 (Comscore, abril de 2019). Además estas cabeceras se destacan por ser periódicos de referencia (Vidal-Beneyto y G. Imbert, 1986), es decir, tienen un papel importante en la formación de la opinión pública española.

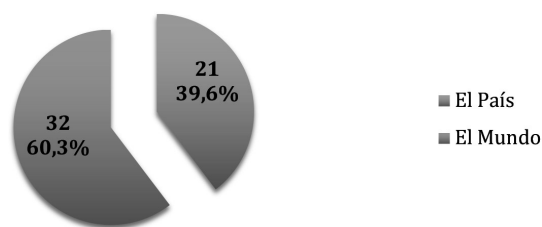
Elaboramos una ficha de análisis de contenido para identificar en cada información los siguientes aspectos:

1. Cobertura. Por diario y cineasta.
2. Tipo de género periodístico (noticia, entrevista, crónica, artículo).
3. Valoración periodística determinada si manifiesta una tendencia: positiva (apoyo), negativa (desfavorable) o si se observan valoraciones equilibradas (neutras). De esta forma los textos codificados como positivos presentaron elementos significativos y manifiestos (frases, juicios de aprobación) que expresaban una intención valorativa a favor. Los textos analizados como negativos presentaron frases, juicios de rechazo con una tendencia en contra del contenido de la información.
4. Enfoques sobre cualidades de los cineastas que proyectan una imagen positiva de México en referencias (talento, trabajo, solidario, país fuerte).

La codificación de las informaciones fue realizada por dos personas, y usando la fórmula de Holsti se obtuvo un 90% de acuerdo, lo que indica un nivel de fiabilidad aceptable.

IV. ANÁLISIS Y RESULTADOS

La figura 1 muestra la cobertura informativa que ofrecieron los diarios españoles sobre los tres cineastas mexicanos que ganaron el Oscar como Mejor Director durante los años 2016, 2018 y 2019. Vemos que el que mayor cobertura ofreció fue *El Mundo* (EM) con un 60,3% (32 informaciones). En segundo lugar *El País* (EP) con un 39,6% (21 informaciones). En total los dos diarios publicaron 53 informaciones. De acuerdo al análisis mensual los diarios ofrecieron una media de 8,5 informaciones.



Fuente: elaboración propia.

FIGURA 1. Número de informaciones por periódico

La figura 2 presenta la cantidad de informaciones por cineasta en cada periódico, observamos que Guillermo del Toro obtuvo el mayor número, 23 en los tres diarios, el 43,3% del total. Le siguió Alfonso Cuarón con 16, el 30,1%. Y por último, Alejandro González con 14, el 26,4%.

Cineasta	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	Frecuencia	%
Guillermo del Toro	5	18	23	43,3
Alfonso Cuarón	7	9	16	30,2
Alejandro González Iñárritu	9	5	14	26,5
Total	21 (39,6%)	32 (60,3%)	53	100,0

Fuente: elaboración propia.

FIGURA 2. *Informaciones por periódico y cineasta*

La diferencia en la cobertura informativa a favor de Guillermo del Toro se explica porque los diarios destacaron su trabajo anterior en España, con «El laberinto del Fauno» donde había trabajado con actores y artistas españoles, y la película había recibido 7 Goyas en 2007, entre ellos por mejor dirección. También despertó interés en la prensa la polémica sobre el posible plagio del guion de la cinta «La forma del agua» con la que competía en los Oscars de 2018.

La cobertura periodística tanto para Alfonso Cuarón con 16 informaciones como para Alejandro González Iñárritu con 14 se desarrolla dentro de una «normalidad» informativa del funcionamiento de las rutinas periodísticas. Se cubren los asuntos internacionales a razón de su interés informativo, en este caso, la entrega de los Oscars es un acontecimiento noticiable y tiene un valor añadido para la prensa española al ser cineastas latinoamericanos —mexicanos— los premiados con los que existe un idioma y cultura en común.

Por lo que respecta al tipo de género informativo usado por los periodistas durante la cobertura en la figura 3 aparecen los siguientes resultados:

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	Frecuencia	%
Noticia	12	19	31	58,5
Crónica	4	5	9	17,0
Entrevista	3	5	8	15,0
Artículo de opinión	2	3	5	9,4
Total	21	32	53	100,0

Fuente: elaboración propia.

FIGURA 3. *Tipo de género informativo*

Vemos que en la figura 3, la noticia ocupa la primera posición con 31 informaciones (58,5%). La segunda es la crónica con 9, un 17%; la tercera para entrevistas que son 8, el 15%. Y por último, hay 5 artículos de opinión, el 9,4%. Por diarios, observamos una diferencia en la producción de notas, EM publica siete más que EP, en los demás formatos hay coincidencias en el género informativo usado por los periódicos:

- Primero el análisis de los datos señala que en la cobertura periodística domina el género noticias. Textos que se refieren a acontecimientos de actualidad, objetivos, breves y que van acompañados de datos concretos. Las informaciones trataron de las nominaciones en las categorías —como Mejor Director y Mejor Película— la Gala de los Oscar y el triunfo y celebración de los cineastas mexicanos.
- Segundo, la publicación de crónicas hace que el periodista interpreta y profundiza en los hechos. Algunos titulares de crónicas publicadas que hicieron referencia al director Alejandro González Iñárritu fueron: «Todo inició con amores perros. La ópera prima encierra las obsesiones del director mexicano» (EP 2/2/2016) «El director mexicano ha conseguido tres Globos de Oro con «El Renacido» (14/1/2016).
Para Guillermo del Toro las crónicas en prensa fueron: «La historia de amor de México con los Premios Oscar» (EM3/3/2018); «México se hace más fuerte en Hollywood (EM5/3/2018). Por último, para Alfonso Cuarón se publicaron: «Cuarón y Roma ante el reto de hacer historia en Hollywood» (EM 22/2/2019); «Roma: la noche en que un barrio se sintió en Hollywood» (EP 25/2/2019).
- La tercera cuestión, las ocho entrevistas publicadas: Cuarón (4), Del Toro (2) e Iñárritu (2) muestran el doble de atención por parte de la prensa española para el director de «Roma» en comparación con sus compañeros. Los textos son conversaciones que profundizan en el trabajo y personalidad de los tres cineastas.
- Por último, los diarios publicaron cinco artículos de opinión donde describen y valoran la labor de los cineastas aztecas. Los dos periódicos recurren a sus periodistas como analistas, en este caso, sobre las cintas y directos mexicanos que optan por el Oscar.

Por lo que respecta a la valoración en los diarios para los cineastas en la figura 4 destacan las tendencias positivas (64%) sobre las negativas (32%). Las neutras tienen un valor bajo (3,8%). Por lo tanto, la connotación positiva es la que prevalece en los periódicos.

	Íñárritu	Del Toro	Cuarón	Total	%
Positiva	9	14	11	34	64
Neutra	5	7	5	17	32
Negativa	0	2	0	2	4
Total	14	23	16	53	100

Fuente: elaboración propia.

FIGURA 4. *Valoración*

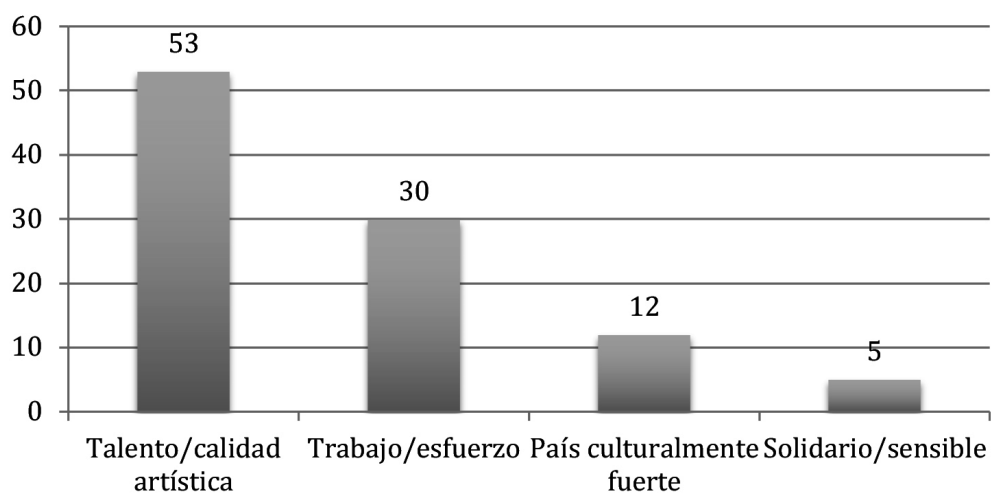
Desde el punto de vista de análisis bivalente, se aprecia que el cineasta Guillermo del Toro (GT) fue el que recibió mayores valoraciones positivas (14), algunos ejemplos las encontramos en las siguientes informaciones: «GT protagoniza el momento más divertido de la noche» (EM 5/3/2018); «Del Toro: flamante ganador del Oscar» (EM, 5/3/2018); «GT y su inspirador discurso que engrandece el cine de género» (5/3/2018).

Con respecto a las dos valoraciones negativas que recibió están relacionadas con un supuesto plagio del guion de la película *La forma del agua* y se materializan en las siguientes notas: «Denuncian a GT por plagio en plenas votaciones» (EP 23/2/2018); «Demandan a GT por plagio» (EM, 20/2/2018). Sin embargo, esto no afectó en términos cuantitativos que el director de cine fuera el mejor valorado en la prensa.

Tanto Íñárritu como Cuarón reciben valoraciones positivas y ninguna negativa. Las referencias para el primero las encontramos en: «Íñárritu: el mexicano que conquista Hollywood en tiempos de Trump» (EP 29/2/2016); «Nadie le tose a Íñárritu» (EP 11/1/2016); o que hacen alusión a su película «El Renacido triunfa» (EM, 15/2/2016). En cuanto a Cuarón las valoraciones positivas están en «Triunfa con Roma en los Premios del Sindicato de Directores» (EM 3/2/2019); «Roma hace historia» (22/2/2019).

Por último, en los titulares de las 53 informaciones que componen el corpus del trabajo localizamos las referencias positivas para los cineastas que podrían tener impacto en la percepción que de los mexicanos y del país se puede tener en el extranjero.

En total encontramos 100 términos relacionadas con los cineastas que proyectan una imagen positiva de México. En la figura 5 se identifica que primero están las 53 alusiones al talento/calidad artística de los directos de cine; le siguen las 30 para trabajo/esfuerzo, después 12 para país culturalmente fuerte y por último, referencias a la solidaridad/sensibilidad social de los cineastas.



Fuente: elaboración propia.

FIGURA 5. Referencias positivas para los cineastas y a México

En términos globales el talento/calidad artística y el trabajo/esfuerzo son las cualidades de los cineastas que los dos diarios más resaltan en sus titulares, también aparecen menciones a su carácter solidario/sensible, que localizamos en los siguientes encabezados: «Inárritu la compasión es una especie de debilidad» (EM, 30/1/2016), «Así ayuda Del Toro a los cineastas mexicanos» (9/3/2018); «La niñera que inspiró el viaje a la memoria de Cuarón» (EP, 19/1/2019).

Con respecto a la fortaleza del país está presente en titulares como «No podría estar aquí si no fuera por México» (EP26/2/2019); «México se hace fuerte en Hollywood» (EM, 6/2018).

V. CONCLUSIONES

El análisis de la cobertura informativa en los periódicos *El País* y *El Mundo* de tres cineastas mexicanos que ganaron el Oscar como Mejor Director durante los años 2016, 2018 y 2019, nos permite hacer las siguientes conclusiones:

- En primer lugar, recibieron una atención periodística de 53 informaciones en los dos diarios. *El Mundo* otorgó mayor cobertura informativa, con 60,3% de las publicaciones, lo que representa un 20% (11 informaciones) más que *El País*, que ofreció un 39,6% (21 informaciones). De los tres cineastas Guillermo del Toro fue el que logró más cobertura (43,3%), luego Alfonso Cuarón (30,1%) y por último, Alejandro González Inárritu (26,4%).

- En segundo lugar, en la cobertura destacan las noticias con el 58,4% como el género informativo más utilizado por los periodistas para informar en detrimento de la crónica (17%), entrevista (15%) y el artículo de opinión (9,4%). Encontramos que la prensa española informó de las nominaciones en las categorías —como Mejor Director y Mejor Película— la Gala de los Oscar, el triunfo y celebración de los cineastas.
- En tercer lugar, en términos globales la valoración de las informaciones que protagonizan los tres cineastas es positiva (64,8%) y sólo un (3,8%) es negativa. Por directores Guillermo del Toro obtiene más valores positivos (14), luego Alfonso Cuarón (11) y por último, Alejandro González (9). Los valores a favor para los directos de cine van en la línea con resultados previos obtenidos en otros estudios (Del Orbe, y José Ramón Santillán, 2019) en donde encontramos un predominio en los titulares que valoran positivamente a artistas como cineastas y escritores a diferencia de personajes políticos.
- En cuarto lugar, las referencias a los cineastas localizadas en los titulares que construyen una imagen cultural positiva para México son: «talento/calidad artística», «trabajo/esfuerzo» y «solidaridad/sensibilidad». Estas palabras proyectan un país con gente capaz y esforzada para lograr sus objetivos y triunfar en el extranjero. También esta idea se apoya en «país fuerte» que está asociada a su grandeza cultural.
- Por último, el análisis de las informaciones de los Oscars en *El País* y *El Mundo* sobre los cineastas mexicanos muestra que son importantes promotores del poder cultural del país en el extranjero. Porque el tratamiento informativo los relaciona con valores humanos positivos, en ese sentido, la imagen generada sobre México en dos diarios influyentes es favorable.

REFERENCIAS

- CAREY, J. (1995). The Press, Public Opinion, and Public Discourse, 73-402 en Glasser, T.L. & Salmon, C.T. (eds.): *Public Opinion and the Communication of Consent*. Nueva York: The Guilford Press.
- DEL ORBE, K. y SANTILLÁN, J.R. (2019). *La imagen emocional de México en La Vanguardia y El Periódico*. Documento de Trabajo. Observatorio de México en España.
- LÓPEZ PINEDA, G. (2014). *La industria de Hollywoodense como herramienta del poder suave en la política exterior de Estados Unidos y su impacto en la sociedad mexicana*. México: UNAM.
- MCCOMBS, M. y SHAW, D. (1972). The agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.

- NYE, J. (2004). *Soft Power. The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- SÁDABA, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.
- SANTILLÁN, J.R. (2016). Un siglo de cine político en México. *Revista Ámbitos*, 33, 1-12. Universidad de Sevilla. Disponible en: <https://institucionales.us.es/ambitos/un-siglo-de-cine-politico-mexicano> [Consulta: 20/09/2019].
- SANTILLÁN, J.R. (2018). La cobertura del poder suave de México en los diarios españoles *La Vanguardia* y *El Periódico*. *Derecom Revista Internacional de Derecho de la Comunicación*. 24, 127-139. Disponible en: [file:///Users/joserrabuelna/Downloads/Dialnet-LaCoberturaDelPoderSuaveMexicanoEnLaPrensaCatalana-6647359%20\(3\).pdf](file:///Users/joserrabuelna/Downloads/Dialnet-LaCoberturaDelPoderSuaveMexicanoEnLaPrensaCatalana-6647359%20(3).pdf) [Consulta: 20/05/2019].
- SAPERAS, E. (2012). *Comunicación mediática y sociedad. Manual de teorías de la comunicación*. 2.^a Edición. Madrid: OMM Editorial.
- TANKARD, J. (1991). Hendrickson, L., Silberman, J., Bliss, K. y Ghanem, S. (1991): «Media Frames: Approaches to Conceptualization and Measurement». Ponencia presentada en Communication Theory and Methodology Division. AEJMC Convention. Boston.
- VIDAL-BENEYTO y G. IMBERT (coords.) (1986). *El país o la referencia dominante*, Barcelona: Mitre.